

производства. Оптимизация заключается в организации производства, предполагающей наиболее выгодное использование ресурсов при минимальных затратах.

Инновационный менеджмент предполагает проведение исследований рынка, чтобы разработать те товары и услуги, которые будут востребованы потребителем и конкурентоспособны на рынке.

Суть финансового менеджмента состоит в управлении финансовыми ресурсами организации с целью обеспечения финансовой устойчивости и предполагает оценку текущего финансового состояния и определения перспектив развития.

Маркетинг-менеджмент занимается исследованием рынка, спроса на продукцию, товары и услуги, рекламой для увеличения продаж и укрепления рыночных позиций.

Менеджмент персонала направлен на повышение эффективности деятельности персонала, предполагающее поиск, своевременное повышение квалификации и поощрение сотрудников.

Таким образом, можно отметить, что без постоянной взаимосвязи вышеуказанных направлений менеджмента, невозможно достичь устойчивого развития организаций, т. к. их совместное функционирование предполагает более эффективное управление ресурсами, персоналом, организацией и производством.

УДК 338.484

ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ ПРИ ВЫБОРЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Пашкевич А.Е.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Матяс И.Н.
Белорусский национальный технический университет

Экономика туризма сильно зависит от желаний людей, удовлетворяющих свои потребности в отдыхе и впечатлениях. Поэтому изучает и учитывает особенности современного потребителя, который все активнее ориентируется на впечатления.

Выбор туристического продукта обусловлен рядом факторов. Отметим некоторые из них. Предпочтения туристов, которые самостоятельно организывают туры и «организованных» туристов, отличаются.

Для первой группы при планировании заграничной турпоездки в приоритете страна пребывания, тогда как у организованных туристов -

стоимость тура. А вот уровень сервиса на месте отдыха и авиаперевозчик менее важны «индивидуалам», чем клиентам турфирм.

Одним из основных факторов, оказывающих влияние на выбор туристического продукта, является возраст потребителя. Люди пенсионного возраста выбирают более размеренный отдых, редко выезжают за границу. Представители молодежи требуют активного отдыха с ярко выраженными приключенческими мотивами.

Многое в планировании или покупке туристической услуги зависит от материального положения потребителя. Средний класс Беларуси, как правило выбирает для отдыха такие курорты, как Турция, Греция, Испания, в силу большого выбора бюджетных отелей и относительно недорогих перелетов. Покупатели с большим бюджетом выбирают ОАЭ или Мальдивские острова, известные своей экзотической природой и изумительным морем.

Семейное положение также важный фактор при выборе турпродукта. Так незамужние девушки или парни скорее выберут активный курортный вид отдыха, где можно встретить вторую половинку. Семейные пары с детьми предпочтут более спокойный отдых где-то на пляже или на природе.

Немалое значение имеет и религия. Представители религиозных групп все чаще совершают туры, которые отвечают их убеждениям и удовлетворяют их познавательные и духовные интересы.

Менеджеры туристической индустрии должны учитывать все вышеперечисленные факторы при создании и продвижении туров и понимать, максимально учитывая пожелания и поведение на рынке.

УДК 657.1

МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Пашкевич А.Е.

Научный руководитель: ст. преподаватель Савчук Н.Н.
Белорусский национальный технический университет

Процесс принятия решений состоит из этапов, применимых для различных систем управления: диагностики, целевыявления и проектирования, реализации и оценки результатов. Методы принятия управленческих решений представляют набор структурированных процедур и приемов, используемых для разрешения сложных задач, связанных с выбором альтернатив. Они могут быть различными в зависимости от типа решаемых задач. В некоторых случаях следует руководствоваться набором стандартных решений для конкретных ситуаций.