

рико-культурного и природного наследия, отсутствие инициативы «снизу» [3].

Таким образом, проанализировав основные проблемы функционирования туристических дестинаций в Республике Беларусь, необходимо отметить, что первостепенной задачей в их решении является, прежде всего, развитие инфраструктуры, маркетинга туристических ресурсов и сохранение историко-культурного и природного наследия страны.

Источники

1. *Кирьянова, Л.Г.* «Туристская дестинация» как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы [Электронный ресурс] / Л.Г. Кирьянова // Все о туризме — туристическая библиотека. — Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/kiryanova2.htm.

2. *Полещук, Н.И.* Проблемы и направления повышения привлекательности Республики Беларусь на международном туристическом рынке [Электронный ресурс] / Н.И. Полещук // Все о туризме — туристическая библиотека. — Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/poleschuk6.htm.

3. *Сафай, Ю.Н.* Проблемы и перспективы развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Ю.Н. Сафай // Электронная библиотека БГЭУ. — Режим доступа: <http://bseu.by:8080/bitstream/edoc/6864/2>.

А.В. Трипутько
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — В.И. Малашенко, канд. пед. наук, доцент

МОТИВАЦИЯ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РАБОТНИКАМИ ООО «ПОДЕВИЮС»

В настоящее время руководитель должен справляться с большим объемом работы и успевать решать все задачи в установленные сроки. Это требует от него активных действий по мотивации труда персонала, созданию благоприятной атмосферы на рабочем месте, которая способствовала бы продуктивной работе и обеспечивала бы высокий моральный дух сотрудников организации. Известно, что потребности у каждого человека разные. В зависимости от основных групп потребностей различают мотивацию материальную, трудовую и статусную. Трудовая мотивация порождается непосредственно работой, ее содержанием, условиями, организацией трудового процесса, режимом труда. Недостаточная мотивации может проявляться по-разному: увеличивается количество прогулов, сотрудники тратят больше времени на личные разговоры по телефону и решение личных проблем.

Способы мотивации условно могут быть разделены на экономические и неэкономические (организационные и морально-пси-

хологические). Для поиска путей совершенствования мотивации ООО «ПОДЕВИУС» мы провели анализ основных способов мотивации, используемых администрацией туристической компании (см. таблицу).

Реализация основных способов мотивации,
используемых в практике управления ООО «ПОДЕВИУС»

Способы мотивации	Используются / не используются
Экономические	
Заработная плата	Используется
Премия	Используется
Доплаты, надбавки	Используются
Субсидирование персонала	Не используется
Материальная помощь	Частично используется
Единовременные выплаты	Не используются
Штрафные санкции	Не используются
Оплата медицинского страхования	Не используется
Оплата транспортных расходов	Не используется
Доплаты к отпуску	Не используется
Мотивация свободным временем (предоставление отгулов, сокращенный рабочий день, возможность надомной работы)	Используется
Неэкономические	
<i>организационные</i>	
Мотивация целями	Используется
Привлечение работников к участию в делах фирмы	Используется
Обогащение труда	Не используется
Предоставление возможности приобрести новые знания и навыки	Не используется
<i>морально-психологические</i>	
Личная и публичная оценка труда работника	Частично используется
Создание атмосферы взаимного доверия	Используется
Создание условий для проф. гордости	Используется
Возможность продемонстрировать свои способности	Используется

Источник: собственная разработка.

Анализ показывает, что основные способы мотивации персонала в туристической компании используются в достаточной мере. Руководство компании использует в основном неэкономические способы мотивации, а именно, морально-психологические.

Такие способы, как обогащение труда, предоставление возможности получать новые знания и навыки, являются довольно эффективными, поэтому компании ООО «ПОДЕВИЮС» необходимо шире использовать приведенные в таблице методы, а также рассмотреть варианты нестандартных форм мотивации. Например, ввод собственной корпоративной валюты; поощрение за то, что сотрудник не болеет; неожиданное вручение подарка лучшему сотруднику; участие в конкурсах на лучший проект по развитию компании; проведение презентации компании.

Для повышения эффективности мотивационной деятельности руководителю предприятия рекомендуется использовать различные методы в комплексе, а также стараться применять их с учетом индивидуальных особенностей отдельных сотрудников.

К.Б. Тукибаева

ЕНУ им. Л.Н. Гумилёва (Нур-Султан)

Зарубежный руководитель — А.А. Праневич, д-р экон. наук, профессор

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Инновации в туризме следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну и приводящие к позитивным сдвигам, обеспечивающим устойчивое функционирование и развитие отрасли. Анализ состояния и трендов развития туристической отрасли Казахстана и Беларуси позволил сформулировать общие для двух стран проблемы, требующие разрешения:

1) туристический рынок остается раздробленным и децентрализованным с преобладанием небольших предприятий, которые стараются совмещать туроператорскую и турагентскую деятельность [1–2];

2) доминирование доли национальных авиакомпаний, отсутствие на рынке лоукостеров — бюджетных авиакомпаний;

3) неразвитость механизмов и инструментов государственно-частного партнерства в решении проблем финансирования туристических зон, а также прилегающих к ним территорий для размещения сервисных объектов;

4) отсутствие четких стратегий развития приоритетных видов внутреннего и въездного туризма в Республике Беларусь;