

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 «ПОДЕВИУС» 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;

5) низкий показатель развития туристической отрасли Казахстана в международном индексе конкурентоспособности сектора путешествий и туризма (2019): 80-е место по конкурентоспособности туризма из 140 стран.

Разрешению выявленных проблем с учетом мирового опыта могут способствовать:

1) разработка механизмов поддержки туроператоров, снижение ряда налогов для рецептивных туроператоров, предоставление субсидий туроператорам, обеспечивающим прирост иностранных туристов из «целевых» стран» включая проживание (опыт Турции и России);

2) увеличение количества лоукостеров (бюджетных авиакомпаний) по международным рейсам, наличие которых, по опыту стран ЕС, позволяет существенно увеличить возможности привлечения туристов в страну;

3) оценка возможностей ГЧП в туризме: содействие созданию сети кемпингов, трейлерных парков, глэмпингов, этноаулов вдоль наиболее популярных автомагистралей, осуществление инвестиций в инвестиционные проекты в оздоровительном туризме на основе опыта ГЧП в таких странах, как Испания, Португалия, Малайзия, Венгрия, Турции, Тунис, ЮАР, Франция;

4) разработка стратегии развития приоритетных видов внутреннего и въездного туризма для Республики Беларусь, расширение практики кластерного подхода в планировании и управлении развитием туристических территорий [3].

5) развитие инфраструктуры туристического сервиса, обеспечение транспортной доступности туристических дестинаций и объектов, повышающих качество и доступность туристических продуктов и услуг [4].

Реализация предложенных мероприятий позволит обеспечить переход туристической отрасли Казахстана и Беларуси от естественно-ресурсной к инвестиционно-инновационной стадии развития, когда особую роль играют эффективное привлечение и использование инвестиций, постоянное внедрение продуктовых, технологических, институциональных инноваций, повышение уровня компетенций участников рынка.

Источники

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2019 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

2. Туризм Казахстана : стат. сб. / Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Бюро национальной статистики. — Нур-Султан, 2014–2018.

3. Об утверждении Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 232 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Минск, 2016.

4. Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019–2025 годы [Электронный ресурс] : постановление Правительства Респ. Казахстан, 31 мая 2019 г., № 360 // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. — Нур-Султан, 2019.

Д.С. Тютюнник
ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)
Научный руководитель **Т.Н. Боярчук**

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

В настоящее время мобильные технологии широко применяются в туристической отрасли: с их помощью можно искать информацию об интересующих продуктах и услугах, бронировать авиа- и железнодорожные билеты, номера в гостиницах, столики в ресторанах, заказывать экскурсии или другие дополнительные услуги, организовывать совместные поездки и производить оплату. В современном мире доминирования информационных технологий мобильные приложения, созданные для планшетов и смартфонов, являются инновационным средством стимулирования внутреннего туризма и продвижения инвестпроектов [1]. Благодаря информационным обменам в режиме реального времени, сокращению документации, необходимой при пересечении границ, и ликвидации языковых барьеров потенциальные туристы получают огромные преимущества. Целью мобильных приложений в данной сфере является повышение качества и уровня предоставляемых услуг, увеличение узнаваемости объектов и туристического потока. Мобильные приложения также составляют основу лояльности к туристам. 75 % туристов используют хотя бы одно туристическое мобильное приложение во время своего путешествия. Наиболее популярные из них: переводчики, бронирование отелей (Hotellook, Booking), покупка билетов (Aviasales, Scyscanner), путеводители (TravelMe), поиск попутчиков (BlaBlaCar), аренда автомобилей (Sixt), карты [1].

В настоящее время практически для каждого туристического региона существует хотя бы один мобильный путеводитель с возможностью геолокации и построения маршрутов. Кроме того, современные приложения интегрированы в социальные сети, могут использоваться без постоянного подключения к сети, содержат виртуальные галереи, анимированную графику, 3D, аудиокomentarии, способны проигрывать видео, сканировать QR-коды, показывать круговые панорамы.

Существуют мобильные приложения и для белорусского туризма, ярким примером чего является разработанное Гродненским государственным университетом имени Янки Купалы приложение «Маршру-