

вместе с участием руководителя гостиницы, так как это будет способствовать преодолению психологических барьеров, поможет сотрудникам в реализации своих идей, в предложении нововведений и снятию коммуникационных барьеров. Благодаря хорошим отношениям между руководителем и подчиненными можно организовывать совместные встречи в официальной обстановке, которые пойдут на пользу и руководителю, и сотрудникам. Руководитель, исходя из общения с персоналом, может увидеть ситуацию с другой стороны и в случае чего изменить и улучшить условия труда. Сотрудники гостиницы получают выгоду от встреч в виде перенятия опыта, профессиональных качеств и т.д. Подобные коммуникации также способствуют сплочению, установлению хороших взаимоотношений, дружеской атмосферы, дают увидеть собственную ценность каждого сотрудника.

Таким образом, за счет реализации предложенных мер ожидается достижение положительного социального и экономического эффекта. Важными нематериальными результатами могут стать улучшение качества производимой продукции процесса адаптации, морального климата в коллективе.

*П. О. Климова, А. Н. Грибоева*

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Н. В. Шутилина, канд. экон. наук, доцент*

## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА**

Новые вызовы предпринимательской среды, такие как глобальная конкуренция, макроэкономическая нестабильность и технический прогресс, побуждают менеджеров постоянно осуществлять поиск инновационных стратегий развития организации. Именно человеческий капитал в современных условиях является источником прибыли, конкурентоспособности и будущего роста организации, поэтому актуальной проблемой является повышение производительности труда сотрудников при помощи современных методов мотивации [1]. Рассмотрим основные методы мотивации, которые оказывают серьезное влияние на персонал. В настоящее время все более популярными и результативными являются следующие методы воздействия:

1. Шуточная форма наказания подчиненных. За проступок не обязательно лишать премии работника, можно присвоить ему шуточное звание «Ленивец отдела» или «Черепашка месяца». Такие «титуль» мотивируют человека.

2. «Мотивирующий туризм». Мотивирующий туризм, или инсентив-туризм — это стимулирующие путешествия. Идеология инсентив-туризма основывается на благодарности фирмы работнику.

3. Метод «Работа на полу». Во многих западных турфирмах каждый сотрудник офиса и каждый высший руководитель обязан отрабатывать в торговом зале определенное количество времени и продемонстрировать успехи в продажах или другом деле, которым будут заниматься в организации. Американцы свои торговые площади иногда называют «пол». Суть метода — показать единство коллектива. Метод «работы на полу» дает представление о сложности чужой работы и рождает уважение к каждому конкретному участнику бизнес-процесса.

4. Социальная карта. Каждому работнику компании начисляется определенная сумма денег в связи с занимаемой должностью. Программа позволяет сотруднику получать персонализированный набор услуг: материальную помощь, дополнительные отпуска, премии на день рождения или к выходу на пенсию, доплаты и надбавки за особые условия труда, охрану здоровья. Средства морального стимулирования действуют на персонал в меньшей степени, если не подкреплены материальной составляющей. Так, например, сотруднику вручают грамоту, помимо нее дополнительно начисляют средства на социальную карту. Деньги, начисленные на социальную карту, могут быть использованы исключительно на услуги, предусмотренные социальной картой организации, и не могут быть выданы работнику наличными.

5. Геймификация — это внедрение игровых подходов в мотивации сотрудников. Этот метод включает разнообразные элементы игр, которые могут быть представлены в качестве значков (достижений), уровней, таблиц лидеров, наград. В таком методе разрабатывают свою валюту — виртуальную валюту для признания успехов.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что классические подходы к стимулированию персонала в настоящее время сменяются современными, которые ориентированы на постоянно меняющиеся вкусы людей.

*Д. В. Козловская*  
*СПбГУ, Институт наук о Земле (Санкт-Петербург)*  
*Научный руководитель — П. А. Литвинов*

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА**

В обществе необходимо внедрять понимание универсальной среды как условий жизни, одинаково удобных для каждого человека вне зависимости от возраста, физических особенностей или каких-то ограничений. Потребителями инклюзивного туризма являются инвалиды, дети-инвалиды, временно маломобильные группы лиц, не имеющие