

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ КОНФЛИКТОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТУРИНДУСТРИИ**

Путь становления хороших рабочих отношений в трудовых коллективах тернист и труден, в нем всегда имели, имеют и будут иметь место конфликты — столкновения позиций и интересов как отдельных индивидуумов, так и групп людей. Чем напряженнее и энергичнее темп работы предприятия, тем выше уровень конфликтности в ней. Конфликтная ситуация является очень частой проблемой в различных по своему уровню и характеристикам предприятиях. Разрешить конфликтную ситуацию не всегда получается удачно. Поэтому наиболее эффективным методом работы с данным явлением является предупреждение возникновения очагов конфликта. Дейтельность по предупреждению конфликтов могут осуществлять сами участники социального взаимодействия, руководители организаций, конфликтологи. Предупреждение конфликтов может вестись по четырем основным направлениям. Со стороны руководителя деятельность по предупреждению конфликтов должна включать в себя следующие составные части: подбор сотрудников с учетом психоэмоциональных факторов; создание благоприятных условий для жизнедеятельности работников в организации; справедливое распределение материальных благ в коллективе; благоприятная материальная среда, окружающая человека [1].

С целью оптимизации работы организации в рамках данной научной работы я предлагаю ввести обязательное интервьюирование, позволяющее выявить наиболее подходящую кандидатуру, которая ввиду личностных особенностей не будет являться инициатором конфликтных ситуаций в коллективе, а также будет выполнять свои обязанности ответственно и с полной отдачей. Таким образом, будет улучшено качество работы, минимизирована накаленная обстановка в коллективе, что, в свою очередь, поможет достичь максимальной эффективности и продуктивности в работе предприятия. Большинство работодателей считают, что идеальный сотрудник должен обладать целым набором качеств, в число которых входит: умение решать проблемы и стрессоустойчивость; настойчивость; аналитическое мышление; амбициозность; умение оценивать риски, самостоятельность; тайм-менеджмент; способность работать в команде; логическое мышление.

Таким образом, компетенции идеального сотрудника многогранны. Непросто встретить человека, у которого все эти качества были бы развиты в одинаковой мере. Однако грамотный подход к подбору персонала поможет выявить те кандидатуры, которые поспособствуют созданию крепкой командной цепи.

## Источник

1. *Исмаилова, Э. Р.* Конфликты в организации, причины их возникновения и способы разрешения / Э. Р. Исмаилова // Скиф. Вопросы студенческой науки. — 2019. — № 5-1 (33). — С. 152–155.

**П. Д. Лавринович**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — В. Н. Малеронок*

## ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОКУПАТЕЛЬСКИЙ СПРОС В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Влияние рекламы как инструмента коммуникации с потребителем на спрос подтверждается многочисленными научными исследованиями и практическими наблюдениями. Это обусловлено заложенными в рекламе функциями: информирование; увещевание; напоминание.

Реклама в туристической сфере ориентируется прежде всего на увеличение участия тех групп населения, которые ранее не принимали активного участия в туризме. Она направлена на расширение знаний потребителя о местах и предприятиях индустрии туризма и возможных их использованиях. Особенности рекламы туристических услуг напрямую зависят от их специфики. Для полноценного влияния на покупательский спрос и получения эффекта для организации реклама туристических услуг должна быть яркой, привлекательной, понятной, запоминающейся. Для этого широко используются разнообразные приемы и методы (графические, аудио, видео), позволяющие выделить ту или иную мысль. Чтобы быть воспринятым, рекламное объявление должно быть интересным, содержать убедительные аргументы, подчеркивающие преимущества рекламного продукта (см. рисунок).



Пример интернет-баннера

Источник: [1].