

Когда сотрудники начинают интенсивную и эффективную работу, не избегают ее и готовы трудиться, целесообразно ослабить хватку, чтобы не вызвать у них перманентное чувство страха. Руководитель может совещаться с сотрудниками, вовлекать их в разработку и принятие организационных и управленческих решений. Данный подход получил название «партиципативный стиль руководства». Менеджеру стоит проявлять внимание к интересам, потребностям и особенностям персонала, используя такие формы влияния, как просьба, убеждение, подкуп. В результате просьбы у подчиненного возникает непринудительная мотивация, и он добровольно выполняет поручение.

Таким образом, в изменяющихся условиях руководителю туристической организации необходимо быть гибким и адаптировать свой стиль руководства под сложившуюся ситуацию, что требует использования соответствующих форм влияния на подчиненных для эффективного достижения целей организации в условиях удаленной работы.

**А. А. Стасевич**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — П. А. Литвинов*

## **СИСТЕМА МОТИВАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ И ПУТИ ЕЕ УЛУЧШЕНИЯ**

В основе управления любой организацией лежат мотивация и стимулирование сотрудников, направленные на повышение качества обслуживания, рост профессионального мастерства и повышение эффективности труда. Мотивация персонала — один из наиболее эффективных способов повышения производительности труда. Чем более мотивированы сотрудники, тем большие усилия они прилагают для выполнения порученных им заданий. Таких работников легче вовлечь в мероприятия, направленные на развитие фирмы, повышение ее конкурентоспособности и престижа. От того, насколько мотивированы сотрудники, зависит качество их работы, а значит, успех компании в целом. В связи с вышеизложенным в последнее время возрастает актуальность изучения и применения методов мотивации персонала.

Важными факторами для мотивации работников являются размер заработной платы и своевременность ее выплаты. Организациям стоит позаботиться о своевременности выплат и высоком уровне оплаты труда, чтобы сотрудники были заинтересованы быть частью коллектива, хорошо работать и хорошо зарабатывать. Во многих организациях действует система премирования по итогам года, а также за перевыполнение личного плана продаж. Возможна надбавка

за стаж работы, что также является отличной мотивацией продолжать работу в сфере туризма. Часто туроператор повышает процент, получаемый от продаж, что также напрямую влияет на уровень дохода сотрудников. Турагентства проводят обучение и повышение квалификации сотрудников посредством использования ознакомительных, рекламных туров. Сотрудники турагентств часто посещают вебинары и курсы туроператора, принимают участие в семинарах, что повышает квалификацию персонала.

Важным является факт наличия в организации благоприятных условий для работы персонала. Сотрудники должны быть обеспечены всей необходимой оргтехникой: современными компьютерами, принтерами, сканерами, фототехникой. Важно хорошее освещение, удобство рабочего места, что напрямую связано со здоровьем сотрудников.

Важным для мотивации сотрудников является соцпакет, в частности медицинское страхование. Часто туроператоры прикрепляют сотрудников турагентств, с которыми заключен договор комиссии, к хорошим клиникам с расширенным спектром услуг. Также есть льготы для членов их семей.

Работники любой организации ценят, когда их мнение учитывается. Поэтому для выяснения мнения сотрудников по вопросам организации труда и улучшения условий работы целесообразно проводить ежегодное анкетирование сотрудников. Хорошее отношение с руководством и благоприятный климат в коллективе стимулируют персонал работать эффективнее.

Таким образом, применяя отдельные из вышеуказанных предложений, организация может значительно повысить заинтересованность сотрудников работать на результат, а значит, и свою прибыль и престижность.

*СНИЛ «Тураналитик»*

*Е. И. Трамбачева*

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Ю. А. Шаерук, канд. экон. наук, доцент*

## **ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РЫНОК МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Согласно данным ЮНВТО число международных туристических прибытий в январе — октябре 2020 г. сократилось на 75 % по сравнению с аналогичным периодом 2019 г. Таким образом, данное падение является крупнейшим в истории международного туризма. Потери доходов от международного туризма только за январь — октябрь 2020 г. составили от 910 млрд дол. до 1,2 трлн дол. Колоссальный спад