

с другом. Общеэкономические факторы воздействуют на туризм как положительно, так и отрицательно. Факторами положительного влияния являются:

- рост реального дохода – при увеличении реального дохода потребители получают в свое распоряжение больше денег, что приводит к увеличению спроса на туризм;
- более равномерное распределение дохода – чем равномернее распределяется доход в обществе, тем большее число людей сможет купить туристический продукт;
- стабильное положение валюты – если курс иностранной валюты стабильный, то население может купить ее в большем количестве, а в такой ситуации легче спланировать свой отдых.

Факторами отрицательного влияния на туризм являются:

- экономические кризисные явления;
- рост безработицы, сокращение заработной платы;
- нестабильная ситуация с валютой – если курс иностранной валюты высокий, то население может приобрести ее меньше, а значит туристическая поездка за рубеж будет стоить больше.

Туризм также влияет на развитие экономики страны и ее отдельных регионов. Его прямое экономическое воздействие представляет собой те виды доходов и эффекты, которые получают экономические субъекты, население, региональные органы власти и местного самоуправления непосредственно от туристов. К ним относятся: прибыль туристических компаний, поступление в бюджеты всех уровней за счет различных платежей и сборов. Туристическая индустрия вовлекает в свою деятельность сопутствующие сектора: транспорт, сферу размещения туристов, связь, общественное питание, торговлю, банки и финансовое обслуживание, сферу развлечений и аттракционов, музеи и иные культурные объекты, и оказывает стимулирующее влияние на их развитие.

Косвенное экономическое воздействие туризма представляет собой те виды доходов и эффекты, которые получает экономика региона в результате стимулирования общей экономической активности, связанной с расходами туристов на территории. Косвенный экономический эффект – совокупность денежных средств, затраченных туристскими фирмами, туристами, предприятиями туристской инфраструктуры на территории региона на приобретение оборудования, потребительских товаров и услуг у предприятий, не относящихся к туристской индустрии.

Таким образом, развитая туристская индустрия позволяет решить задачу занятости местного населения, так как туризм является одной из самых трудоемких отраслей с большим количеством работников, занятых обслуживанием туристов. Туризм оказывает влияние на повышение уровня жизни населения туристских регионов, обеспечивая приток денежных средств, увеличивая доходы различных организаций.

*О. С. Убоженко*

*Науч. рук. Д. В. Дорошев,*

*ст. преподаватель*

## **МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК МЕТОД УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМА ПРОДАЖ**

Мотивация – стимулирование к деятельности, процесс побуждения себя и других к работе, воздействие на поведение человека для достижения личных, коллективных и общественных целей.

Мотивирование – это процесс воздействия на человека для побуждения его к конкретным действиям посредством побуждения в нем определенных мотивов. Интересен вопрос соотношения «внутренних» и «внешних» мотивов. Деятельность человека находится не только под влиянием мотивов, возникающих при замкнутом взаимодействии

человека и задачи, но и мотивов, возникающих при открытом взаимодействии человека и задачи (внешняя среда задействует мотивы, побуждающие человека к решению задачи). В первом случае мотив именуют «внутренним», ибо мотивы порождает непосредственно человек, сталкивающийся с задачей. Примером такой мотивации может быть стремление к конкретному достижению, завершению работы, познанию и т. д. В ином случае, мотивы деятельности, связанные с решением задачи, вызываются извне. Такой мотив можно назвать «внешним». Здесь в качестве мотивирования выступают оплата, распоряжение, правила поведения и другое [1].

Наиболее элементарная модель процесса мотивации имеет всего три элемента:

– потребности, которые представляют собой желания, стремления к определенным результатам. Люди испытывают потребность не только в таких вещах как одежда, дом, личная собственность, но и в «неосязаемых» вещах как чувство уважения, возможность личного профессионального роста и т. д.

– целенаправленное поведение – стремясь удовлетворить свои потребности, люди выбирают свою линию целенаправленного поведения. Работа на предприятии – один из типов целенаправленного поведения. Попытки продвигнуться на руководящую должность – еще один тип целенаправленного поведения, устремленного на удовлетворение потребностей в признании.

– удовлетворение потребностей отражает позитивное чувство облегчения и комфортного состояния, которое ощущает человек, когда его желание реализуется.

Методы мотивирования персонала могут быть самыми разнообразными и зависят от проработанности системы мотивирования на предприятии, общей системы управления и особенностей деятельности самого предприятия [2].

Мотивация сотрудников филиала ОАО «Современные розничные технологии» г. Гомель должно быть направлено на повышение качества обслуживания покупателей, рост профессионального мастерства, а также на поощрение к внесению предложений по различным направлениям деятельности предприятия. С этой целью могут использоваться дополнительное обучение, возможности карьерного роста, денежные премии и подарки, дополнительные отпуска, конкурсы профессионального мастерства.

При мотивации сотрудников предприятия, непосредственно занимающихся сбытом продукции, повышается качество обслуживания покупателей, что приводит к увеличению числа таких покупателей, которые в следующий раз придут за покупками именно в этот магазин, что будет способствовать формированию благоприятного имиджа предприятия.

## Литература

- 1 Акулин, И. Л. Маркетинг: учеб. / И. Л. Акулин. 4-е изд., перер. – М., 2005. – 463 с.
- 2 Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: учеб. – 11-е изд., перер. и доп. / Ф. Г. Панкратов – М.: Дашков и Ко, 2008. – 520 с.

**К. В. Храмов**

*Науч. рук. О. С. Баилакова,*

*канд. экон. наук, доцент*

## ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОНЛАЙН-ДЕПОЗИТОВ В БАНКОВСКОЙ ПРАКТИКЕ

Вслед за тенденциями мирового банковского рынка депозитов в Республике Беларусь началось развитие новых банковских продуктов – онлайн-депозитов. Данный продукт сочетает в себе все преимущества традиционного банковского вклада