

Список использованной литературы

1. Бабич А.М., Егоров Е.В., Жильцов Е.Н. Экономика социального страхования. М.: ТЕИС, 1998. С. 6-20, 27-106.
2. Баранчиков В.А. Муниципальное право. М.: Норма, 2012. 573 с.
3. Кошкина М.В. Государственное финансирование культуры и искусства. Финансы. 2014. № 3. 72 с.
4. Библиофонд [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=885368>
5. Институт дополнительного профессионального образования работников социальной сферы [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://soc-education.ru/wp-content/uploads/2017/11/OrgUprAdmin-v-SocRab-2015.pdf>

И.Султан, научный руководитель Л.С. Нурпеисова
Казахский университет международных отношений
и мировых языков им. Абылай хана, Алматы, Казахстан
Leila_1410@mail.ru

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА

Аннотация. Мотивация и стимулирование персонала могут рассматриваться как процесс удовлетворения потребностей сотрудников и их, связанных с работой ожиданий. При этом цели персонала согласуются с целями и задачами организации. Одновременно с этим, мотивация и стимулирование понимаются и как комплекс мер, применяемых со стороны субъекта управления для повышения эффективности трудовой деятельности персонала.

Ключевые слова: мотивация, организация, персонал, рынок, корпоративная культура, потребности, поощрения.

В классическом понимании мотивация в менеджменте – это процесс побуждения себя, а также других работников к эффективной деятельности для достижения личных целей и целей, стоящих перед организацией. В определении сочетаются два основных вектора, которые руководство предприятия обычно принимает в качестве тождественных: мотивация и стимулирование. Но по сути своей, мотивация и стимулирование – это разные вещи, хотя и направлены на достижение единой цели – повышения эффективности работы персонала.

Следует разобраться, в чем состоит отличие мотивации от стимулирования. Мотивация персонала – это, в первую очередь, осознанное личное побуждение к активным действиям, направленным на достижение поставленных целей. Основой мотивации являются потребности (физиологические, ценностные, духовно-нравственные и другие). Необходимо знать и учитывать, что побуждающий к активным действиям импульс после первичного удовлетворения любой потребности на некоторое время заметно затухает.

Процесс удовлетворения потребностей – мотивационная политика, которую выстраивают управленцы организации, руководствуясь известными им интересами и потребностями персонала компании. Стимулирование персонала всегда дополняет мотивационную политику организации; это средство удовлетворения конкретных потребностей работников, в основном материальных.

В деятельности любого менеджера мотивация служит основным фактором воздействия на персонал организации. И ее сущность заключается в том, чтобы

персонал компании исполнял свои рабочие обязанности в соответствии с принятыми управленческими решениями. Руководству важно знать факторы мотивации персонала. Корпоративная культура как мотивирующий фактор тоже должна учитываться. Именно соотношение внутренних и внешних факторов мотивации способствует успешному согласованию интересов работников и организации, помогает разработать систему мотивации для сотрудников. В целом можно сформулировать ряд правил осуществления эффективной мотивации работников:

- Мотивирование даёт результаты, когда подчиненные ощущают признание своего вклада в результате работы, обладают заслуженным статусом. Обстановка и размер кабинета, участие в престижных конгрессах, функция представителя фирмы на важных переговорах, поездка за рубеж, неординарное обозначение должности - все это подчеркивает положение сотрудника в глазах коллег и посторонних лиц.

- Неожиданные, непредсказуемые и нерегулярные поощрения мотивируют лучше, чем прогнозируемые, когда они практически становятся неизмеримой частью заработной платы.

- Сотрудников следует стимулировать по промежуточным достижениям, не дожидаясь завершения всей работы, так как большие успехи труднодостижимы и сравнительно редки. Поэтому положительную мотивацию желательно подкреплять через не слишком большие интервалы времени.

Важно дать сотрудникам почувствовать себя уверенно, поскольку того требует внутренняя потребность в самоутверждении. Успех влечёт за собой успех. Как правило, крупные награды, редко кому достаемые, вызывают зависть, а небольшие и частые - удовлетворение. Без серьёзных оснований не следует постоянно выделять кого-либо из сотрудников, иной раз этого не следует делать ради сохранения коллектива. Типовыми являются следующие стимулы: повышение в должности, расширение полномочий, увеличение власти, признание, лучшее место за столом на совещании, устная благодарность руководителя в присутствии коллег; материальная премия с указанием "за что"; внеочередной оплачиваемый отпуск.

Руководители любой компании для обеспечения ее успешного функционирования должны целенаправленно и системно создавать условия способствующие повышению трудовой активности персонала. Принимая в расчет то, что персонал современных организаций и предприятий гораздо более образован и обеспечен, нежели работники прошлых десятилетий, его трудовую активность сложнее мотивировать.

Рассмотрим методы стимулирования персонала:

Стимулирование мотивации персонала организации может выражаться в виде системных мер внешней поддержки со стороны руководства, в результате которых активность и качество трудовых усилий сотрудников повышается. Стимул может быть как позитивным (вознаграждения и поощрения), так и негативным (карающие санкции и угрозы их применения).

Стимулирование работников – внешняя материальная оболочка мотивации персонала. Вместе с тем, стимулирование одновременно выполняет и нематериальную функцию, с помощью которой работающий человек реализует себя как личность. Стимулирование как вознаграждение побуждает человека повышать эффективности работы. А вознаграждение в совокупности с мотивацией несет в себе более широкое понимание, чем просто деньги или подарки, с которыми чаще всего ассоциируется этот термин. Под вознаграждением работник понимает все, что считает значимым для себя. Стимулирование ориентирует персонал на фактическую структуру его ценностных устремлений и интересов, что способствует более полной реализации трудового потенциала коллектива организации.

Мотивация персонала – стратегическая линия организации, направленная на достижение целей, стоящих и перед работниками, и перед организацией. К примеру, желает сотрудник построить деловую карьеру или расширить свои профессиональные знания, пройдя обучение за счет фирмы, в которой он работает, способствуя при этом своими знаниями и навыками ее развитию.

В тоже время мотивация и стимулирование как методы управления персоналом разнятся по своей направленности. И если метод мотивации имеет четкую направленность на изменение сложившейся ситуации, то стимулирование закрепляет существующее положение. При этом мотивация и стимулирование персонала взаимно дополняют друг друга. У конкретного предприятия не может быть стандартного пакета стимулов. Стимулирование должно быть адресным, ориентированным на конкретного работника. Наиболее эффективные методы стимулирования персонала:

– Наказание как средство мотивации работников. В одних фирмах предпочитают больше наказывать, в других - больше поощрять, где-то нашли действительно золотую середину. Уровень наказания зависит в первую очередь от целей воздействия. Основная цель наказания - это недопущением действий, которые могут принести вред фирме. То есть наказание ценно не само по себе, как "мечь" за неправильные действия подчиненного, а как барьер, который не разрешит данному человеку повторить эти действия в будущем и послужит примером всему трудовому коллективу.

– Денежные выплаты за выполнение поставленных целей - наиболее распространенный тип мотивации. Такие выплаты осуществляются при соответствии работника с некоторым заранее установленным критериям. Среди них могут быть экономические показатели, показатели качества, оценка сотрудника другими лицами. Каждая компания устанавливает собственные критерии такого рода.

– Выплаты к заработной плате для стимулирования здорового образа жизни работников. Это выплаты в виде денежного вознаграждения за отказ от курения, сотрудникам, не пропустившим ни одного рабочего дня в течении года по причине болезни.

– Специальные индивидуальные вознаграждения -это специальные премии, выплачиваемые за владение навыками, необходимыми компании в данный момент.

Направлениями активизации использования нематериальных факторов для повышения лояльности персонала организации могут стать:

- поддержание благоприятного психологического климата в коллективе; развитие системы управления конфликтами;

- формирование и развитие организационной культуры; формирование у сотрудников чувства справедливости, построение эффективных систем обратной связи;

- распространение среди сотрудников эффективных систем оценки деятельности; внимательное отношение к проблемам сотрудников формирование у них чувства защищенности;

- интеграция сотрудников в коллектив; создание "одной команды" путём повышения тесноты положительных эмоциональных связей и формирования положительного группового мнения в отношении профессиональной деятельности.

Список использованной литературы

1. *Власова Е.* Система мотивации : как привлечь и удержать. Е. Власова, Т. Копачевская // Управление персоналом. 2010. № 8.

2. *Ильин Е.П.* Мотивация и мотивы : учеб. Пособие. СПб. : Питер, 2011. 508 с.

3. *Кибанов А.Я.* Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учеб. Пособие для вузов / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева, Е.А. Митрофанова, М.В. Ловчева; ИНФРА-М, 2009.

4. *Татарников М.А.* Трудовая мотивация работников / Журнал Глав врач №5. 2007 С. 17-21.

Е. Сыдыков, научный руководитель *Л.С. Нурпеисова*
Казахский университет международных отношений
и мировых языков им. Абылай хана, г. Алматы, Казахстан.
Leila_1410@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Аннотация. *Туризм в Республике Казахстан одна из динамично развивающихся сфер хозяйствования, которая в перспективе может превратиться в одну из ведущих отраслей экономики республики. В качестве весомой предпосылки и большой возможности для развития сельского туризма является её потенциал: природные ландшафты, уникальные объекты и памятники культурно-исторического наследия, которые формируют привлекательный образ территории*

Ключевые слова: *туризм, экологизация, предпринимательства, регион, инфраструктура, рекреация, услуга.*

Современные тенденции в изменении предпочтений потребителей рекреационных услуг, экологизация сознания отдыхающих, формируют спрос на новые виды туристских продуктов, использующих альтернативные, ранее не задействованные, или малоиспользуемые рекреационные ресурсы. К их числу относятся ресурсы сельской местности, которые являются базовыми принципиально новой для Казахстана рекреационной отрасли - сельского туризма. Хочется заметить, что роль туризма в современном мире колоссальна: она затрагивает все сферы человеческой деятельности современного общества, в том числе экономику, культуру, социальную жизнь [1].

Принимая во внимание общемировые тенденции развития туризма, следует заключить, что в мире ежегодно путешествуют около 800 миллионов туристов, при этом по разным данным от 12 до 30 процентов из них предпочитают сельский туризм. Причем, эти цифры характеризуют лишь международную ситуацию, а количество внутренних сельских туристов в разных странах значительно выше. Сельский туризм соединяет широкий спектр различных видов туризма, основанных на использовании природных, исторических и других особенностей ресурсов сельской местности, и развивается быстрыми темпами. В США и странах Западной Европы сельский туризм в последние двадцать лет стал самостоятельной высокодоходной отраслью туристской индустрии. По оценкам ВТО, сельский туризм входит в пятерку основных стратегических направлений развития туризма в мире до 2020 года [2].

Общепринятое в мире определение данного вида туристской деятельности выглядит примерно следующим образом: сельский туризм - это путешествия граждан с постоянного места жительства в сельскую местность с размещением в сельских гостевых домах, сельских усадьбах и на фермах с туристскими целями и без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в месте временного пребывания.

Развитие сельского туризма будет способствовать созданию большого количества новых рабочих мест, особенно в сфере малого и среднего предпринимательства. Сельский туризм, к тому же, не истощает природные ресурсы и является постоянным стабильным источником дохода для страны.