

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье рассматриваются вопросы мотивации персонала на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса, делается вывод о том, что мотивация персонала – это одна из первостепенных и важнейших задач квалифицированного и грамотного управления предприятием, способствующего повысить его эффективность функционирования.

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, потребности, персонал, гостинично-ресторанный бизнес, конкуренция, конкурентоспособность.

M.A. Morozov
S. Emelyanova

MOTIVATION OF STAFF AS A FACTOR IN SOLUTION OF SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS OF DEVELOPMENT IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

The article deals with the motivation for enterprises of hotel and restaurant business, it is concluded that the motivation of the staff - is one of the primary and most important tasks of a skilled and competent management of the enterprise, contributing to improve its operation efficiency.

Keywords: motivation, incentives, needs, personnel, hotel and restaurant business, competition, competitiveness.

Общеизвестно, что эффективная деятельность предприятия в индустрии гостеприимства прежде всего зависит от персонала, который является самым ценным и дорогим ресурсом в гостеприимстве. При этом предприниматель при проектировании и развитии гостинично-ресторанного бизнеса должен понимать, что успех его деятельности зависит не только от квалификации и опыта сотрудников, но и от того, как и с какой отдачей этот персонал будет работать, а это во многом зависит от его мотивированности.

Можно сколько угодно налаживать и ремонтировать помещения, устанавливая самое дорогое и современное оборудование, потратить большие ресурсы на рекламу и пиар-компанию, но если персонал неграмотный, немотивированный, то предприятие не будет успешным и эффективным на столь обширном конкурентном

рынке, насыщенном товарами и услугами под любой его сегмент.

Мотивация персонала – это одна из первостепенных и важнейших задач квалифицированного и грамотного управления гостинично-ресторанного бизнеса. Мотивация – это процесс стимулирования самого себя и других на деятельность, направленную на достижение индивидуальных и общих целей организации. По словам Верхоглазенко Владимира Николаевича, тренера-консультанта по организационному развитию: «определение мотивации через стимулирование (и наоборот) очень распространено среди специалистов по управлению. Если еще учесть то обстоятельство, что у многих стимул отождествляется с оплатой труда – мы получаем окончательно запутанную картину в этом аспекте управления персоналом» [1].

Другими словами, мотивация – это метод стимулирования, состоящий из систематизации данных. У каждого предприятия, безусловно, имеется своя система, следовательно, и свои методы мотивации. Для грамотного построения системы мотивации первостепенно выявляются латентные и явные потребности кадрового состава.

¹ Доктор экономических наук, профессор кафедры управления и инновационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе НОУ ВПО «Российский новый университет».

² Аспирант НОУ ВПО «Российский новый университет».

ва, которые не всегда носят гомогенный характер.

Выявленные потребности персонала являются главным инструментом руководителя для построения эффективной корпоративной культуры и системы мотивации. Слабость корпоративной культуры и системы мотивации ведет к социально-экономическим проблемам, которые влияют на внешнее и внутреннее состояние индустрии гостеприимства. В конечном итоге слабость перерастает в угрозу и порой – в банкротство предприятия.

Если рассматривать мотивацию в глобальном масштабе, то можно утверждать, что она также влияет на ВВП, ВНД и государственный бюджет страны в целом.

Согласно данным, которые приводит министерство экономического развития России, ВВП РФ в 2010 году вырастет на 0,5% вместо планировавшихся ранее 3,8%. В 2011 году рост экономики составит 3,4% вместо 4%, а в 2012 году – 4,4% вместо 4,9% [5].

Такое резкое снижение ВВП России вызвано глобальным финансовым кризисом, а также резким падением спроса на основные экспортные товары страны.

Таким образом, неэффективная корпоративная культура и система мотивации может привести к ухудшению благосостояния нации в связи с тем, что ВВП и ВНД являются главными составляющими бюджета страны, который осуществляет трансфертные платежи, а также производит выделение бюджета для социальной помощи неимущим и развития государственных учреждений.

Такой вывод основывается на аксиоматике, что у мотивированного персонала высокая степень работоспособности и превалирует доход по сравнению с немотивированным персоналом, который за неимением стимулов не считает нужным прилагать усилия для повышения благосостояния гостинично-ресторанного предприятия.

Следовательно, у мотивированного персонала появляется свободный капитал, часть которого они тратят на развлечения и продукты питания, часть отходит на сбережения или инвестируется в развитие бизнеса.

Инвестирование и траты на досуг и продукты питания повышают ВВП, ВНД и государ-

ственный бюджет страны, а это, в свою очередь, ведет к покрытию социальных выплат, пособий, пенсий, реконструкций исторических и культурных памятников, памятников архитектуры и пр. Все это, безусловно, влияет на улучшение экономики страны в целом и повышение ее привлекательности на туристском рынке как туристской дестинации.

На многих предприятиях индустрии гостеприимства предполагается, что на мотивацию персонала влияют имеющиеся у них потребности, и сотрудники будут мотивированы, если организация предоставит им соответствующие вознаграждения или стимулы, которые приведут к повышению производительности и работоспособности, что, в свою очередь, увеличит финансовые показатели предприятия.

В последнее время все чаще выявляются такие факторы, которые делают мотивационный процесс каждого конкретного человека в индустрии гостеприимства уникальным. Это связано с тем, что существует разная степень влияния одинаковых мотивов на различных людей, различная степень зависимости действия одних мотивов от других.

На рисунке 1 показана схема решения социально-экономических проблем в гостинично-ресторанном бизнесе.

У одних людей стремление к достижению результата может быть очень сильным, у других же оно может быть относительно слабым.

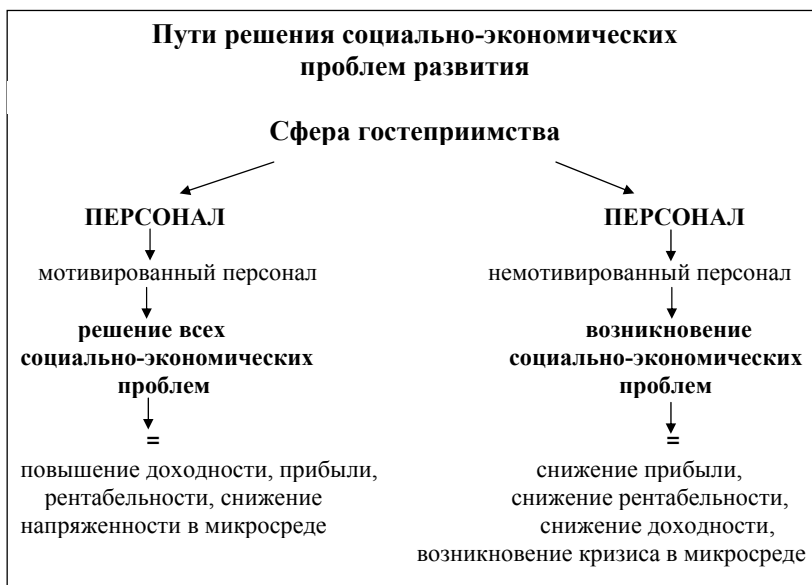


Рис. 1. Пути решения социально-экономических проблем

Самым важным и на сегодняшний день актуальным фактором в системе мотивации персона-

ла в индустрии гостеприимства является система оплаты труда.

На российском современном рынке менеджмент чаще всего использует в системе оплаты труда такую концепцию оплаты труда: экономия на персонале, которая вызывает следующие проблемы в индустрии гостеприимства:

- текучесть кадров;
- слабая работоспособность;
- отсутствие концентрации и заинтересованности персонала на главном;
- отсутствие желания повышать конкурентоспособность предприятия за неимением мотивации;
- отсутствие дружного коллектива, вследствие возникновения социально-экономических проблем внутри предприятия;
- снижение финансовых показателей, что ведет к неликвидности сферы гостеприимства;
- снижение производительности труда и качества;
- кражи на предприятии;
- банкротство.

Все вышеперечисленные проблемы ведут к кризису предприятия как на микро-, так на макроуровнях.

Поэтому для руководства гостинично-ресторанного предприятия гораздо дешевле будет вкладывать денежные средства в развитие своего персонала и всячески находить к нему подход.

Одним из наиболее эффективных методов мотивации персонала в свое время предложил гений промышленной индустрии Генри Форд-старший, который четко понимал, что без сплоченной команды ему не покорить и не удержать завоеванный рынок [2]. Поэтому он разработал следующий процесс стимулирования роста:

- каждый работник получал акции корпорации и автоматически становился акционером. Такой психологический ход сформировал в уме работника мысль, что он работает на себя и развивает свое предприятие. Это позволило резко увеличить производительность, так как работник уже вносил вклад в развитие «собственного» предприятия;
- ввел обязательный перерыв для работников предприятия;
- ввел различные социальные льготы;
- придумал выходной день;
- образовал профсоюзы для рабочих.

Следует добавить, что особую роль сыграло изобретение Фордом промышленного конвейера, который внес большой инновационный про-

рыв и в то же время являлся мощным мотиватором, так как облегчал труд рабочего.

Очень важно разрабатывать систему мотивации под организационную культуру предприятия, а также использовать существующее положение на рынке труда и в стране в целом – это позволит разработать более грамотный и четкий подход к персоналу.

Одним из важных процессов мотивации является вознаграждение, которое позволяет процессуально оценивать труд сотрудников гостинично-ресторанного бизнеса, доносить до них информацию о результатах выполненной работы и поисков путей совершенствования практики выполнения рабочих заданий [4].

Реализация целостной системы экономического вознаграждения в индустрии гостеприимства предполагает использование организацией различных дифференцированных систем оплаты труда.

В то же время, большинство людей устроено таким образом, что им всегда все мало, и любое повышение зарплаты работникам, независимо от ее величины, лишь усиливает их убеждение, что они заслуживают большего. Также есть люди, для которых деньги вообще не являются основным мотиватором. В таком случае грамотному руководителю следует выявить нематериальные стимулы и разработать систему нематериального вознаграждения, что позволит работнику чувствовать свою социальную значимость и принадлежность к той или иной структуре в индустрии гостеприимства.

В заключение можно сделать вывод, что мотивирующий фактор – это определенная потребность, удовлетворив которую человек чувствует себя счастливым. Существует множество теорий, объясняющих поведение человека. За вторую половину XX века разработано много теорий мотивации личности, в которых показано, что истинные причины, заставляющие человека работать с максимальными усилиями, чрезвычайно сложны и разнообразны.

Поэтому грамотный руководитель гостинично-ресторанного бизнеса должен на основе всех теоретических разработок теории мотивации, адаптировав их к конкретному ресторанно-гостиничному предприятию, найти подход к каждому сотруднику, который будет плодотворно работать и трудиться там, где он сможет удовлетворить свои потребности.

Здесь уместно привести высказывание одного из известных специалистов в этой области, который сказал, что «все управление, в конечном

счете, сводится к стимулированию активности других людей» [3].

Литература

1. Верхоглазенко, В.Н. Система мотивации персонала // Консультант директора. – 2002. – № 4. – февраль. – С. 23–34.

2. Форд, Генри. Моя жизнь, мои достижения / перевод под редакцией инженера-технолога

В.А. Зоргенфрея 15 июля 2010. – Л. : Время, 1924.

3. Ли Якокка. Карьера менеджера. – М. : Попурри, 2007.

4. Сорокина, А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. – М., 2007.

5. <http://www.interfax.ru/>