СОТНИКОВА П.Ю.

ПОВЫШЕНИЕ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Иркутский государственный университет, Россия

Гостиничное дело в России – относительно молодая коммерческая сфера деятельности, поэтому система и методы мотивации не развиты в полной мере. Средний уровень доходов некоторой части населения постепенно увеличивается, поэтому для указанной группы граждан денежный фактор уже перестает иметь наибольшее значение при выборе той или иной работы. При поступлении на работу этих людей волнуют уже другие виды «побуждений к труду», например, положительный психологический фон, имеющийся в трудовом коллективе, который смог бы породить энтузиазм, воодушевление, сплоченность, благожелательную атмосферу, желание к труду и т.п. [1, с.5].

Внутренний процесс сознательного выбора человеком того или иного поведения есть не что иное, как мотивация [2, с. 213]. Однако только с помощью мотивации полностью побудить человека к труду невозможно, т.к. в основе любого действия лежат потребности человека. Потребности определяют поведение персонала. Именно они и являются тем основополагающим принципом, удовлетворяя которые можно стимулировать членов организации выполнять работу в соответствии с возложенными на них обязанностями.

Потребности создают побуждение (мотив), который в свою очередь порождает поведение (действие), направленное на достижение той цели, которая удовлетворит в итоге возникшую потребность. Такая последовательность получила название мотивационный цикл [3, с.173].

Таким образом, основополагающую роль мотивации играют сами потребности, которые в определенной степени совпадают с известной иерархической пирамидой потребностей Абрахама Маслоу (01.04.1908 г.-08.06.1970 г.). В основу этой классификации положен принцип группировки потребностей по схожести в иерархической последовательности – от низших потребностей к высшим. При этом переход от одного уровня к другому может осуществиться только после удовлетворения потребностей нижнего уровня.

Нижняя ступень отражает физиологические потребности, фундаментальные. В случае мотивации с персоналом это не что иное, как уровень заработной платы в гостинице, дающий гарантированную возможность обеспечить достойную жизнь сотрудника.

Далее идут потребности в безопасности и уверенности в будущем, которые в свою очередь включают потребности в защите от физических и психологических опасностей и уверенность в том, что физиологические потребности будут удовлетворены в будущем. Предоставление страхового полиса

или гарантированная пенсия являются яркими примерами проявления данной потребности.

На третьей ступени находятся социальные потребности (потребности в причастности), - это понятие включает чувство принадлежности к чему-либо или кому-либо, чувство, что тебя принимают другие. Мотивацией в данном случае могут служить, например, дух единой команды или наличие в гостинице неформальных групп.

Далее находятся потребности в уважении, которые включают потребности в самоуважении, уважении со стороны окружающих, признании. Удовлетворением данной потребности могут служить высокая оценка достигнутых работником результатов, возможность продвижения по карьерной лестнице, возможность обучения и переподготовки.

И на самой высшей ступени находятся потребности в самовыражении - потребность в реализации своих потенциальных возможностей, а также в росте как личности. Может проявляться в возможности выполнять работу, в которой требуется полная отдача своего потенциала, например, творческого.

Было бы неправильно считать данные виды потребностей независимыми. Каждая из них связанна друг с другом. Переход к одной ступени не осуществиться, пока потребность «нижней ступени» не будет удовлетворена.

Существуют различные виды стимулов:

1.Материальные стимулы:

-прямые денежные (заработная плата);

- косвенные денежные (путевки, лечение);

2. Нематериальные стимулы:

-моральные (уважение со стороны друзей, родственников);

-социальные: возможность карьерного роста, социальный статус;

-творческие: возможность самосовершенствоваться, самореализовываться.

Если раньше человек довольствовался только денежными стимулами, то сегодня ситуация изменилась; люди, работающие на низших ступенях иерархической лестницы организации, могут стоять на относительно высоких ступенях иерархии Маслоу.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат), средний уровень заработной платы людей, работавших в гостиничной индустрии, в 2016 год составил 28,9 тыс. рублей. По сравнению с предыдущим годом (27 тыс. рублей) эта цифра выросла. Можно предположить, что при повышении уровня заработной платы человек постепенно перестает воспринимать данный стимул как главенствующий фактор для мотивации своего «поведения» [5].

Однако, согласно комплексному наблюдению условий жизни населения России за 2013 г., доля удовлетворенных заработной платой значительно ниже, чем, например, условиями труда. Можно сделать вывод, что денежный стимул не менее важен, чем неденежный (см. таблицу № 1).

Таблица № 1

Доля людей в возрасте от 15 лет и более, занятых в экономике, удовлетворенных отдельными аспектами работы, %

Показатели	Вполне удовлетворены	Не вполне удовлетворены	Совсем не удовлетворены
Моральное удовлетворение	57,8	30,7	7,6
Профессиональная удовлетворенность	54,5	32,3	8,8
Расстояние до работы	66	26,9	6,4
Условия труда	63,9	30,5	5
Режим работы	76,1	19,8	3,7
Выполняемые обязанности	68	27,3	3,9
Надежность работы	57,5	34	6,4
Заработок	26,2	52,4	21,1

Мотив – внутреннее побуждение, заставляющее человека делать что-либо или поступать определенным образом. Мотивация характеризует выгоду, которую может получить сотрудник, работающий в гостинице. Гость сразу же ощутит, если у персонала возникают какие-то проблемы с мотивацией: это может выражаться в жестах сотрудника (или их отсутствии), в манере говорить (интонация, стиль, молчание и т.д.), в реакции на задаваемые вопросы, в его поведении.

Хороший управленец располагает теоретической базой и опытом, обладает талантом и необходимыми навыками руководства, позволяющими достичь поставленной цели. Если гостиница заинтересована в определенном сотруднике, то она разработает соответствующую мотивационную программу, чтобы его заинтересовать. А эффективность системы мотивации прежде всего зависит от того, насколько верно были определены его потребности. Мотивация каждого конкретного сотрудника зависит от множества факторов, поэтому очень важно выявить мотивационные установки сотрудников. Гостиница может иметь различные цели при предоставлении сотрудникам определенных льгот, например, увеличение производительности труда, укрепление корпоративного имиджа компании, ответственность за служащих или привлечение и удержание кадров, но, так или иначе, чтобы мотивировать сотрудника, руководитель должен дать ему возможность удовлетворить его важнейшие потребности.

Можно сделать вывод, что руководителю предприятия индустрии гостеприимства необходимо не только старательно наблюдать за своими сотрудниками, но и определять какие потребности стоят на их главенствующих позициях, и, в соответствии с этим, делать определенные выводы. Система мотивации сотрудников влияет на эффективность их труда и, в то же время, на финансовые показатели гостиницы. Каждый человек уникален, имеет свою собственную систему ценностей: для одного важен уровень за-

работной платы, для второго - возможность карьерного продвижения, для третьего же – просто заниматься своей любимой работой.

Список использованной литературы:

1.Социальный аудит в системе социального правления: межд. конф. (Москва, 29-30 сентября 2008) /редкол.: В.Р.Мешков [и др.]. - М., 2008. - 4 с.

2.Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учеб. пособие. – М.: Форум, 2015. – 368.с

3.Музыченко В.В. Управление персоналом. – М.: Академия, 2003. - 363 с.

4. Гостиничный бизнес в России [Электронный ресурс] : – URL : http:// www.prohotel.ru.

5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : сайт. – – URL : http://www.gks.ru/free_doc/new_site/rosstat/smi/prez_ria2.pdf]