



Мотивация трудовой деятельности персонала является важнейшим аспектом управленческой деятельности и позволяет повысить эффективность и результативность деятельности организации в целом. Есть несколько определений термина «мотивация персонала». Автор М. Мескон определяет мотивацию как совокупность мотивов, связанных и обусловленных смыслообразующим направлением деятельности, внутренняя детерминанта поведения, определяющая его общую направленность. Эти мотивы заставляют человека осознанно или неосознанно совершать определенные поступки. Зайцев Г. Г. дает следующее определение: «Мотивация – это побуждение к активной деятельности личностей, коллективов, групп, связанное со стремлением удовлетворить определенные потребности».

Безусловно, в организациях относящихся к разным отраслям, методы мотивации и подходы к управлению персоналом сильно отличаются и с течением времени появляются все новые и новые профессии, наука о управлении персоналом усложняется и появляются все новые инструменты мотивации. Если в начале 20-го века основным мотивирующим фактором оставалась заработная плата, то в современном мире сложно уже выделить единственно важный и необходимый способ мотивировать персонал трудиться на благо компании.

В данном эссе я рассмотрю особенности мотивации персонала в гостинице. Современный гостиничный бизнес в России страдает от недостатка кадров. Причем основной проблемой, вызывающей недостаток кадров, является не столько молодость данной отрасли, сколько отсутствие грамотной программы мотивации в гостиничных предприятиях, которые помогли бы привлечь кадры и удержать имеющиеся.

Исходя из опыта зарубежных компаний можно выделить несколько важнейших аспектов, которые способствуют мотивации персонала в гостинице. Сперва я хотел бы остановиться на таком факторе как обратная связь рядовых сотрудников с начальством. Безусловно сотрудникам будет приятно понимать, что начальству интересна их работа. Необходимо уделять внимание каждому, спрашивать о том, как проходит рабочий день, хвалить за успехи, предлагать пути разрешения проблем. Это поможет войти в доверие, стать частью команды и лидером в ее формировании. Не менее важна мотивация сотрудников, путем формального

поощрения их достижений. Например, создать такое мероприятие, как Сотрудник месяца, квартала, года. Это вызовет соревновательный эффект у персонала и мотивирует к достижению результатов.

Новые сотрудники, приходящие на место жаждут не только денег, но и получения знаний и умений, которые помогут стать им высококлассными специалистами в будущем. Потому начальник должен обеспечить всем сотрудникам, и новичкам в первую очередь все условия для обучения. Обучение может состоять из внутренних тренингов, семинаров проводимых специализируемыми компаниями или профессионалами в отрасли гостиничного обслуживания. Важно чтобы обучались сотрудники не только технологическим, но и психологическим аспектам работы в коллективе, которые способствовали бы самореализации и достижению результатов.

Создание дружелюбной атмосферы среди персонала, но вместе с тем присутствие здоровой конкуренции также необходимо для успешной деятельности гостиницы. Способствовать этому могут методики по созданию корпоративного духа. Это могут быть праздники, экскурсии, корпоративов финансируемые компанией. Даже простые подарки к праздникам и похвала сотрудника могут воспитать преданность фирме. Люди должны чувствовать, что их понимают, а их профессиональные умения ценят.

Безусловно важными и необходимыми являются денежные мотиваторы. В гостинице должна быть грамотно оставленная система оплаты труда персонала, основанная на результатах их деятельности. Здесь также должны учитываться особенности работы на каждой отдельно святой должности. Премии должны выдаваться сотрудникам за наиболее высокие показатели эффективности. Также надо учитывать награды за переработку и ночные смены. Из прочих факторов можно выделить такие, как гибкий рабочий график, предоставление соц пакета, специальные тарифы для своих сотрудников, если они захотят воспользоваться услугами гостиницы.

Чтобы оценить эффективность сотрудников нужно создать опросники для постояльцев, в которых им будет предложено оценить весь сервис, включая качество каждой отдельной услуги. Далее на основе собранных сведений можно определить лучших сотрудников, оценить уровень их деятельности, выделить также отстающих сотрудников и в результате подобрать индивидуальную мотивацию для каждого, либо внести коррективы в мотивационную программу в целом.

Как мы видим, система мотивации в гостиничном бизнесе имеет некоторые особенности, которые отличают ее от других сфер бизнеса. Она является очень социально ориентированной, ведь упор здесь делается именно на социально-психологические факторы мотивации. Исходя из всего этого можно сделать вывод, что от правильно подобранной и четко сформулированной мотивационной программы во многом зависит успех компании. Все вышеуказанные методы мотивации помогут создать эффективно функционирующий рабочий коллектив, который станет основой организации и выйти на новый конкурентный уровень.