

Ду Гуаньшань студент магистратуры

ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Институт социально-гуманитарного образования

кафедра экономической теории и менеджмента

магистерская программа «Управление развитием персонала»

Научный руководитель: к.п.н., доц. Игумнов О.А.

Россия, Москва

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЦЕССА МОТИВАЦИИ

ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация: в статье рассмотрены основные принципы мотивации персонала, рассмотрена их сущность и значение для современной организации. Оценены основные плюсы и минусы каждого из методов. Также проведено исследование мотивации на предприятиях сферы услуг, в частности ресторанов.

Ключевые слова: модели управления, корпорации, мотивация

Стимулирование сотрудников предприятий индустрии гостеприимства, основанное на материальном вознаграждении, способно мотивировать работников лишь на достаточно непродолжительный период времени.¹ Для большинства сотрудников важными мотивирующими факторами являются статусность, наличие компенсационного пакета, набор привилегий, интересная работа, возможность самостоятельно принимать решения и возможность творческого подхода. Итак, эффективным мотивированием является такое мотивирование сотрудников, которое сочетает методы материального и нематериального стимулирования.

Одним из способов нематериального стимулирования персонала организаций индустрии гостеприимства может являться применение так называемой системы «орденов»², суть которой заключается в возможности

¹Герчиков В.И. Управление персоналом: работник - самый эффективный ресурс компании: учебное пособие / В.И. Герчиков. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 282 с.

²Бусыгин А.К. Теоретико-методологические основы стимулирования труда персонала на предприятиях // Экономика и социум: современные модели развития. 2014. № 8-1. С. 122-148.

работника получить определенный набор привилегий и льгот за соответствующие заслуги перед организацией. При этом наиболее эффективными методами стимулирования могут быть методы, основанные на системе «орденов»:

1) «компенсационный пакет»:

- привилегии, которые связаны с режимом работы – к ним можно отнести предоставление соответствующим категориям работников гибких графиков работы, а также некоторого дополнительного количества нерабочих дней в году, праздничные дни и отпуск, оплата периода временной нетрудоспособности и др.;

- нефинансовые поощрения материального характера: различные подарки, которые фирма делает работникам, являющиеся символом их важности для компании, оплата дополнительной медицинской страховки. К этому виду привилегий можно отнести оплату мобильной связи работника, арендных и коммунальных расходов, которые связаны с проживанием сотрудника и его семьи, частичное или полное обеспечение бесплатным питанием (поздних завтраков, обедов) в рабочее время, оплату транспортных расходов и расходов на топливо при использовании сотрудником собственного транспорта и т.д.;

2) персональные льготы:

- субсидирование за счет компании и обеспечение пониженной кредитной ставки на приобретение нового жилья;

- дополнительно оплачиваемый отпуск для семьи работника компании;

- праздники фирмы, которые посвящены значимым событиям, на которые работники имеют право приглашать членов своих семей;

3) повышение статуса:

- поощрение работников за качественную работу, упоминания в СМИ, вывешивание информации с фотографией работника на специальных досках почета;

- вознаграждения, которые связаны с изменением статуса работника: предложение приобрести акции компании / стать совладельцем компании, карьерный рост, обучение работника за счет компании (за которым следует повышение в занимаемой должности);
- вознаграждения, которые связаны с изменением организации рабочего места: выделение отдельного кабинета, предоставление сотруднику служебного автомобиля с водителем, предоставление помощника.

В системе «орденов» крайне важно развивать также и нематериальные факторы стимулирования:

- организация креативной среды и предоставление возможности реализовывать собственные идеи;
- создание комфортной внутрифирменной культуры;
- признание профессионализма работников руководителями высшего звена и собственниками компании;
- делегирование полномочий и доверие сотруднику.

Система «орденов» мотивирует сотрудников, но и, в тоже время, способствует сплоченности персонала, сокращает текучесть работников. Кроме того, данная система более дешевая по сравнению с прямым материальным стимулированием.

Использование пакетных программ мотивации, связанных с использованием нефинансовых методов стимулирования сотрудников, позволяет выбирать из некоторого количества различных вознаграждений наиболее подходящий вариант. То есть задачей организации становится - определение оптимального набора пакета услуг для соответствующих рангов должностей и соответствующих талантливых сотрудников³.

Также необходимо принимать во внимание отраслевую принадлежность компании, для персонала которого разрабатывается система мотивации.

³ Герчиков В.И. Управление персоналом: работник - самый эффективный ресурс компании: учебное пособие / В.И. Герчиков. - М.: ИНФРА-М, 2012. – с.33

Так, например, в настоящее время компаниями питания используют различные формы мотивации, в том числе⁴:

-проценты от суммы реализации определенной группы блюд или напитков, что является достаточно эффективной мерой стимулирования. В этом случае стимулируя персонал, предприятие увеличивает продажи определенных позиций меню (например, новых или плохо продаваемых блюд).

-установление «плавающей» шкалы зарплаты для работников компании. В рамках определенной должности, к примеру, для официантов возможно установить такие категории, как стажер, официант и старший официант. Каждой из этих категории необходимо установить определенный тариф заработной платы. Определенная категория должна присваиваться работнику по результатам оценки (аттестации специалиста по истечении какого-то периода времени). Преимущество данного метода состоит в том, что для работников создаются определенные возможности для горизонтального (карьерного) роста в рамках своей должности.

-отчисление установленного процента от прибыли фирмы, или профит-шеринг (profit sharing). Данная форма широко распространена в крупных мировых ресторанных компаниях. Профит-шеринг это достаточно сильный мотивационный фактор, дающий сотруднику компании сознательным образом принимать участие в делах компании, по той причине, что сотрудники отчетливо понимают, что от результатов конкретно их работы зависит то, насколько итоговый результат деятельности компании будет прибылен в конце года. Работник получит денежное вознаграждение при том условии, что будет достигнут положительный результат.

⁴Полухина А. Современная модель мотивации персонала для организаций туризма и гостеприимства // Социальная политика и социальное партнерство. 2015. № 7. С. 40-47.

Литература:

1. Герчиков В.И. Управление персоналом: работник - самый эффективный ресурс компании: учебное пособие / В.И. Герчиков. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 282 с.
2. Бусыгин А.К. Теоретико-методологические основы стимулирования труда персонала на предприятиях // Экономика и социум: современные модели развития. 2014. № 8-1. С. 122-148.
3. Полухина А. Современная модель мотивации персонала для организаций туризма и гостеприимства // Социальная политика и социальное партнерство. 2015. № 7. С. 40-47.

Name: Du Guanshan

Master : Igumnov.Oleg. Alexandrovich

The theoretical basis of the process of staff motivation

Abstract: the article considers the basic principles of personnel motivation, considers their essence and significance for a modern organization. The main pros and cons of each method are evaluated. A study of motivation at enterprises in the service sector, in particular restaurants, was also conducted.

Keywords: management models, corporations, motivation

Literature:

1. Gerchikov V.I. Human resource management: employee - the most effective resource of the company: a training manual / V.I. Gerchikov. - M.: INFRA-M, 2012. -- 282 p.
2. Busygin A.K. Theoretical and methodological foundations of stimulating staff labor at enterprises // Economics and society: modern development models. 2014. No. 8-1. S. 122-148.
3. Polukhina A. The modern model of personnel motivation for tourism and hospitality organizations // Social Policy and Social Partnership. 2015. No. 7. P. 40-47.