лировки без потери значительного веса камня. Система оценки GIA предлагает 11 групп чистоты, начиная от категории под названием «несовершенные» (характеризующей бриллианты с крупными включениями и дефектами, заметными даже без специального оборудования) и заканчивая «внутренне безупречными», чистота которых безукоризненна даже при десятикратном увеличении.

4. Качество выполнения огранки является одним из основных факторов, определяющих стоимость готового изделия. Правильно обработанный камень отличается своим неповторимым великолепием, ярким блеском и специфической игрой света в нем. В системе GIA предложены следующие категории огранок:

- poor — доброкачественная;
- good — хорошая;
- very good — очень хорошая;
- premium — превосходная;
- ideal — идеальная.

Наибольшей популярностью пользуются бриллианты, имеющие круглую форму огранки и 57 граней: кр-57. При соблюдении правильных пропорций они способны отражать практически весь свет, который на них попадает, обеспечивая его ярчайшую игру.

Таким образом, комбинации всех перечисленных выше характеристик составляют цену бриллианта.

*В. К. Кабушкина
БГЭУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Как известно, высокая текучесть кадров является серьезной проблемой в области управления персоналом на многих гостиничных предприятиях, особенно в службах обслуживания и питания. Увольнение опытных сотрудников и необходимость подбора и обучения новых кадров предполагает существенные финансовые и временные затраты, что снижает эффективность деятельности гостиницы и устойчивость ее положения на рынке. Здесь следует отметить, что одним из важнейших факторов снижения текучести кадров является лояльность персонала, т.е. его преданность гостинице, а также стремление отстаивать интересы своего предприятия при взаимодействии с потребителями и партнерами.

Вообще, признаками лояльного поведения сотрудника являются его корректное и доброжелательное отношение в руководству и коллегам, искренняя личная заинтересованность в успешном развитии гостиницы, чувство гордости за свою компанию, инициативность, соб-

людение корпоративной этики, дисциплинированность, готовность к преодолению трудностей. Лояльный сотрудник даже при отсутствии жесткого контроля соблюдает все стандарты обслуживания, а также неформальные правила и нормы, принимая их как обязательные для выполнения. Проявлением нелояльного поведения работника считается нарушение трудовой дисциплины, безответственное отношение к работе, нерациональное использование ресурсов гостиницы.

На формирование лояльности персонала гостиницы влияют две группы факторов: внешние по отношению к сотрудникам и внутренние — по отношению к ним. Первая группа факторов — это зависящие от самой компании такие детерминанты лояльности, как система подбора персонала, его адаптации, мотивации, развития, обучения, а также условия работы и организация рабочего места. К внутренним детерминантам лояльности относятся личностные качества сотрудника, его предыдущий опыт работы, а также его компетенции (знания и навыки). Следует отметить, что личностные характеристики человека являются относительно устойчивыми на протяжении всей его жизни, и их желательно оценивать уже на этапе проведения собеседования при приеме на работу. К наиболее значимым факторам, определяющим лояльность персонала, относятся интересная работа, материальное вознаграждение, перспективы профессионального и карьерного роста, условия работы, личность и поведение руководителя, репутация компании, атмосфера в коллективе.

Работа по формированию лояльности персонала на крупных гостиничных предприятиях относится к полномочиям отдела организационного развития, а в небольших гостиницах этим призваны заниматься кадровые службы. Последовательность действий по повышению лояльности сотрудников гостиницы может быть следующей: оценка существующего уровня лояльности персонала, выявление и анализ «зон риска»; разработка и реализация Программы формирования лояльности персонала гостиницы; мониторинг реализации данной программы и ее корректировка. Поскольку лояльность персонала имеет как рациональную, так и эмоциональную составляющую, меры по ее повышению следует разрабатывать по этим двум направлениям.

В заключение отметим, что в гостиничном бизнесе невозможно обеспечить лояльность клиентов, если нет лояльности сотрудников. Поэтому важнейшая задача менеджмента гостиницы — заботиться о своих работниках и сделать так, чтобы им было чем гордиться.

Литература

1. *Зайцева, Н. А.* Управление персоналом в гостиницах : учеб. пособие / Н. А. Зайцева. — М. : Форум : ИНФРА-М, 2016. — 416 с.