

## ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ ПРИНЦИПІВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

*Уляна Гузар*  
к.е.н., доцент

*Вікторія Гаврилюк*  
студентка

*Львівський державний університет фізичної культури  
імені Івана Боберського (Україна)*

Сьогоднішні реалії, які спричинила світова пандемія у сфері гостинності, внесли значні корективи у функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Якщо раніше першопричиною вибору закладу гостинності були якість послуги та обслуговування, то вже сьогодні це емоція, яку отримує споживач. Формування принципів корпоративної культури на підприємстві, на нашу думку, може допомогти закладу сформувати якісну емоцію для кожного клієнта. Саме тому актуальність цієї теми є беззаперечною.

Сьогодні день не має одного чіткого трактування терміна «корпоративна культура». Корпоративну культуру як набір певних цінностей, положень, ідей, якими керуються члени організації, розглядають Б. Феган та А. Кибанов.

На нашу думку, найбільш коректне визначення корпоративної культури – це система цінностей та переконань, які поділяє кожен працівник фірми та яка передбачає його поведінку, зумовлює характер життєдіяльності організації [1].

Інші науковці під корпоративною культурою розуміють систему цінностей і переконань, що поділяють усі працівники, колективну свідомість і менталітет організації. Корпоративна культура визначає поведінку персоналу готелю, його взаємини з клієнтами, керівництвом, посередниками, постачальниками, що завдяки цьому знають, як діяти і на що чекати від службовця [2].

Саме корпоративна культура може дати працівникам почуття мети і відданості своїй організації, відповідальності за все, що відбувається, усвідомлення важливості комунікацій, основу для стабільності, контролю та єдиного цілого.

Актуальність корпоративної культури набуває все більшої значущості в системі управління інноваційним розвитком підприємства в сучасному економічному середовищі (якому притаманні нестабільність, турбулентність, динамічність і, як наслідок, криза), з одного боку, і зростаючому рівні інформатизації суспільства, рівня комунікацій у всіх сферах економіки – з іншого.

Фундаментальну роль у цьому відіграє загальний перехід до економіки знань, для якої є характерним домінування інформаційного ресурсу, інтелектуального капіталу та нематеріальних активів.

Розроблення та створення сильної корпоративної культури є складним процесом, і немає єдиної технології досягнення успіху [3].

Один із найбільш важливих аспектів корпоративної культури – це захоплення співробітників до змін. Бізнес-середовище постійно змінюється, і завдання керівництва полягає в тому, щоб забезпечити адаптацію та розвиток організації, її готовність до здійснення адекватних змін.

Корпоративною культурою підприємств сфери гостинності є система формальних і неформальних правил та норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки персоналу цієї організаційної структури, стилю керівництва, показників задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємного співробітництва та сумісності працівників між собою і з організацією, перспектив розвитку [4].

Корпоративна культура має тісний взаємозв'язок із культурою обслуговування у готельно-ресторанному бізнесі, а також допомагає її формуванню. Відповідно, оцінювання проблем, рівня та якості у корпоративній культурі сприятиме вдосконаленню організаційної культури і культури обслуговування у підприємстві.

Від рівня корпоративної культури персоналу залежить привабливість і перспективи формування капіталу готельно-ресторанних підприємств. Умови конкурентного середовища змушують підприємства готельно-ресторанного бізнесу орієнтуватися на вимогливість клієнтів, враховувати високі світові стандарти якості послуг. Отож одна з специфічних потреб галузі підприємств – мати персонал, який усвідомлює і демонструє причетність до професійної діяльності у сфері готельно-ресторанного бізнесу, засвоює провідні корпоративні цінності, готовність і спроможність якісно задовольнити потреби клієнтів [5].

Отже, саме корпоративна культура забезпечить успіх індустрії гостинності, допоможе стати більш конкурентоспроможним і ефективним сучасним закладом.

### Список використаних джерел

1. Бала О. І., Мукан О. В., Бала Р. Д. Принципи корпоративної культури підприємства: сутність та види / О. І. Бала, О. В. Мукан, Р. Д. Бала // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 682. – С. 11–15.
2. Бугаєвська Ю. В. Поняття корпоративної культури: її суть і структура / Ю. В. Бугаєвська // Засоби навчальної та науково-дослідної роботи: збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. 2011. Вип. 36. С. 12–17.

3. Бойко Е. В. Корпоративная культура как основа эффективного управления предприятием // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 4. – С. 52–58.
4. Нестерук М. Корпоративна культура та імідж готелю / М. Нестерук // П'ять зірок. 2006. № 7. С. 18–19.
5. Гузар У.Є., Завидівська О.І., Кулик О. М. Особливості формування корпоративної культури підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах [Електронний ресурс] / У.Є. Гузар, О.І. Завидівська, О.М. Кулик // Східна Європа, бізнес та управління. – 2020. – № 2(25). – Режим доступу до ресурсу: <http://www.eastemeurope-emb.in.ua/25-2020-ukr>.