

УДК 338.488.2:640.4

Ірина Козяр, Ярина Косінова
студентки IV курсу спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Науковий керівник:

Уляна Гузар

к. е. н., доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Стрімкий розвиток індустрії гостинності висуває нові, інноваційні вимоги щодо взаємодії із клієнтами, працівниками, партнерами, конкурентами. Саме тому виникає потреба у створенні особливих цінностей, норм, правил і переконань, тобто корпоративної культури, яка дасть змогу досягти поставленої місії та цілей закладу. Корпоративна культура становить собою домінуючий чинник ідентичності підприємства, інструмент управління поведінкою персоналу, який може бути причиною підвищення або зниження ефективності діяльності підприємства.

Поняття культури організації є одним із базових понять. Проте лише останніми роками корпоративну культуру почали визнавати основним показником, необхідним для правильного розуміння і управління поведінкою.

Корпоративна культура – це система цінностей і переконань, які поділяє кожен працівник фірми, що передбачає його поведінку, зумовлює характер життєдіяльності організації.

Корпоративна культура, як будь-яке явище, має різні види і свою структуру, яка є набором припущень, цінностей, вірувань і символів [1]. Компоненти корпоративної культури:

- затверджена система лідерства;
- стилі вирішення конфліктів;
- чинна система комунікації;
- положення індивіда в організації;
- затверджена символіка: гасла, організаційні табу, ритуали.

Для перспектив розвитку ефективної корпоративної культури у сфері готельно-ресторанного бізнесу, необхідно забезпечити таке:

- реалізацію взаємозв'язку діяльності готельно-ресторанних підприємства із зовнішнім середовищем;
- високий рівень матеріально-технічного забезпечення готельно-ресторанних підприємства;
- ефективне кадрове забезпечення;
- сприяння професійному розвитку готельно-ресторанних фахівців;
- відкритість до інновацій;
- безперервність самоосвіти, підвищення рівня компетентності та мотиваційного компонента досягнення успішності готельного й ресторанного підприємства.

Сьогодні, ураховуючи стрімкий розвиток комунікаційних технологій, особливу увагу варто надати формуванню **цифрового маркетингу** в організації та зарахуванню останнього до сучасних елементів корпоративної культури підприємства. Саме наявність корпоративного сайту організації та спілкування із клієнтами через соціальні мережі є серед пріоритетних напрямків формування власної клієнтської бази, донесення цікавої інформації, новинок до споживачів, «фітбек» (відгуки) на загальноінформаційному рівні щодо якості обслуговування клієнтів [2].

Другим невід'ємним складником корпоративної культури підприємства, який не дослідили теоретики та практики сьогодення, є **індивідуальна система тайм-менеджменту** установи. Уміння розставляти пріоритети в часовій орієнтації, чітке формування «хронофагів» (пожирачів часу) серед працівників та методи боротьби з ними, самомотивація персоналу, формування успішної команди – складники індивідуальної

системи тайм-менеджменту компанії, успішна реалізація яких є ключовим чинником конкурентних переваг на ринку [3].

Таким чином, існує тісний зв'язок між успіхом компанії та ступенем розвиненості її корпоративної культури. Дедалі більша кількість керівників сьогодні приходять до висновку про потребу цілеспрямованого формування корпоративної культури організації, адже в будь-якій компанії, яку б нішу на ринку вона не займала і хоч би якою великою вона не була, ключове значення для успішної діяльності має колектив, його цінності та ідеали.

Корпоративна культура інноваційної організації орієнтує персонал на швидке впровадження змін.

Існують принципи побудови корпоративної культури, які спрямовані на забезпечення сталого та інноваційного розвитку підприємства. Серед них основними є такі:

- створення такої системи найму, навчання і стимулювання персоналу, за якої співробітники поділяють цілі організації і мотивовані на їх досягнення;
- постійне підвищення професійного рівня керівників вищої та середньої ланки, а також інших співробітників;
- організація безперервного обміну інформацією між працівниками для формування уявлення про поточний стан компанії і зміні ситуації в режимі реального часу;
- поєднання командної роботи з особистою відповідальністю співробітника за досягнення поставлених цілей;
- постійний аналіз поточної ситуації та розроблення програми швидкого реагування на кризову ситуацію.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що корпоративна культура є особливо важливим чинником для підприємств з інноваційною сферою діяльності. Здорова культура компанії може збільшити прихильність і продуктивність співробітників, у той час як нездорова культура може пригнічувати зростання компанії або навіть призвести до банкрутства.

Ключові слова: інновації, корпоративна культура, готельно-ресторанний бізнес, цифровий маркетинг, тайм-менеджмент.

Список використаних джерел

1. Федцов В.Г. Культура готельно-туристського сервісу / В.Г. Федцов. – Ростов на Дону : Фенікс, 2008. – 231 с.
2. Гузар У. Особливості формування ефективної команди на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу / Гузар У. // Економіка, освіта, технології в контексті глобальних трансформаційних імператив розвитку : матеріали між-нар. наук.-практ. конф. – Черкаси, 16–17 жовтня 2019 року. – Черкаси : ЧДБК, 2019. – С. 184–187.
3. Гузар У. Корпоративна культура в системі управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу / Гузар У., Дубик Н., Малічевська Х. // Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., Херсон, 16–18 жовтня 2019 р. / Упоряд. Т. Казакова. – Херсон : Вишемирський В. С., 2019. – С. 402–404.