

**УДК 338.488.2:640.43**

**Заремба Л.Я., Залуцька О.Р., Гузар У.Є.**

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У ЗАКЛАДАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

**Zaremba L., Zalutska O., Huzar U.**

### **MODERN ASPECTS OF CORPORATE CULTURE FORMATION IN HOSPITALITY INDUSTRY INSTITUTIONS**

Сьогодні розвиток суспільства потребує постійних інноваційних імпульсів. Саме корпоративна культура є тим потужним рушійним чинником ефективного впровадження нововведень адже сприяє якісній зміні у свідомості та поведінці людей, зміні характеру взаємодії керівників і персоналу підприємств та формуванню організаційних цінностей та норм.

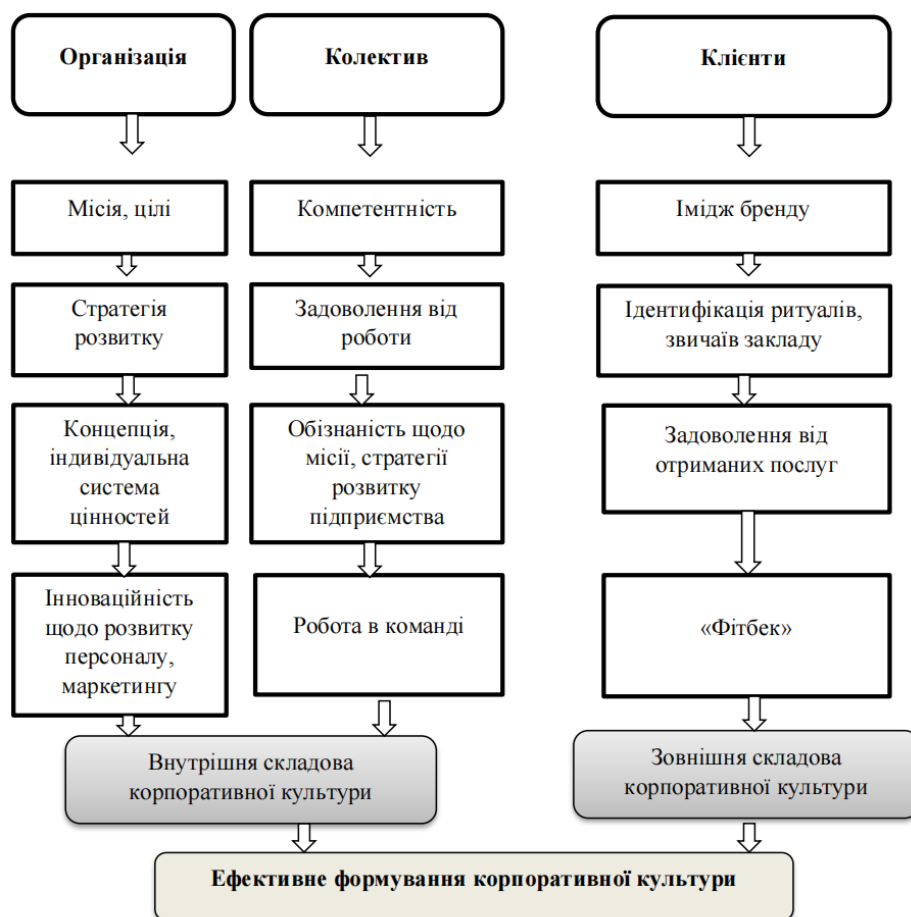
Складні умови функціонування закладів індустрії гостинності в Україні диктують нові, інноваційні вимоги щодо взаємодії із клієнтами, працівниками, партнерами, конкурентами. Від сформованої місії та стратегії розвитку організації, індивідуальної системи цінностей залежить результат діяльності підприємства. Саме тому виникає потреба у створенні особливих цінностей, норма, правил і переконань, тобто корпоративної культури, яка дозволить досягти поставленої місії та цілей закладу.

Корпоративна культура є «родзинкою» індустрії гостинності, певною системою цінностей організації, яка підкреслює індивідуальність і неповторність організації.

З метою вдосконалення корпоративної культури в закладах готельно-ресторанного бізнесу, пропонуємо застосовувати у закладах індустрії гостинності схему формування корпоративної культури, основними складовими якої є сама організація, персонал і клієнти (рис. 1). Кожен із них чинить великий вплив на формування корпоративної культури закладу. Організація, в особі керівництва, відповідає за стратегічні та інноваційні чинники становлення КК, адже без сформованої місії, стратегії розвитку, концепції – неможливо досягнути абстрактних цілей.

Невід'ємною ланкою формування та розвитку КК є персонал – безцінний елемент успішної організації. Кваліфікація, компетентність працівників у наданні якісних послуг – це найперший показник збільшення кількості клієнтської бази будь-якого ресторану. Задоволений персонал – щасливий клієнт! Ми вважаємо, що задоволення від виконання роботи, посмішка, привітність, вміння надавати цінні поради щодо вибору страви тощо – все це формує своєрідну основу ефективної корпоративної культури на підприємстві.

Кожен член команди повинен розуміти причину існування своєї організації, яка основна мета її діяльності, саме тому керівництву варто донести місію та стратегію розвитку закладу до кожного працівника. У ресторанному бізнесі поняття «команда» і «командний дух» завжди відігравали особливу роль. Адже сфера сервісу в цілому й ресторанний бізнес зокрема ґрунтуються на людському чиннику. Емоційне й моральне навантаження на працівників ресторанів набагато вище, ніж у економістів, бухгалтерів та ін. Тому психологічному клімату в колективі підприємства слід приділяти пріоритетну увагу, адже якщо співробітнику приємно й комфортно працювати, він буде приносити позитивні емоції всім відвідувачам закладу [2].



**Рис. 1. Схема формування корпоративної культури на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу [1]**

Зовнішньою складовою формування корпоративної культури компанії є клієнти. Саме клієнти формують імідж бренду організації на основі впізнаваності закладу через надання якісних послуг, наявності ритуалів, звичаїв, цікавого інтер'єру та екстер'єру, індивідуального підходу до кожного відвідувача тощо. При позитивному сприйнятті закладу, від клієнта обов'язково організація отримує «фідбек» - зворотній зв'язок. Зворотній зв'язок можна отримати за рахунок збільшення клієнтської бази, відгуків на сторінках соціальних мереж, сайтах, публікації в засобах масової інформації, укладення договорів про співпрацю тощо [1].

Отже, корпоративна культура підприємства є одним із складних матеріально-духовних явищ, яка формується та сприймається на рівні свідомості людини, впливає на її поведінку та є домінуючим фактором ідентичності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гузар У.Є., Завидівська О.І., Кулик О.М. Особливості формування корпоративної культури підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах / У.Є. Гузар, О.І. Завидівська, О.М. Кулик // Східна Європа, бізнес та управління. – 2020. – № 2 (25). URL: <http://www.eastemeurope-emb.in.ua/25-2020-ukr>.
2. Huzar U., Zavydivska O., Kholyavka V., Kryshtanovych M. Formation of psychological peculiarities of time-management of a modern expert in the field of finance. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2019, Vol. 4, No. 31. Pp. 477-486. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.191001>.