

Інтернет-порталів, засобів управління взаємодією з покупцями безпосередньо підвищують ефективність управління та конкурентоспроможність підприємств туристичного бізнесу.

Отже, використання сучасних методів управління підприємствами туристичної індустрії дає можливість конкурувати на ринку туристичних послуг, надавати якісні туристичні послуги та ефективно виконувати поставлені завдання та функції.

Список використаних джерел

1. Дяченко Л.А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери / Л. А. Дяченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2012. Вип. 1. С. 217-224
2. Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств : монографія / за редакцією канд. ек. наук, доц. Л.М. Таранюка. Суми: Видавничо-виробниче підприємство «Мрія-1», 2015. 440 с.
3. Шморгун А.Л., Гладинець Н.І. Інноваційні методи управління підприємствами туристичної індустрії як важлива складова економічного зростання. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2017. № 12. С. 35-40.

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Поворознюк І. М., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Одним із головних способів підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності і в тому числі їх послуг є корпоративна культура або забезпечення лояльності працівників до роботи свого підприємства.

На кожному підприємстві при його становленні або процесі подальшого розвитку виникають проблеми формування корпоративної культури.

Щоб зрозуміти поняття корпоративної культури перш за все треба зауважити, що це складна багаторівнева система взаємовідносин між управлінням підприємством та його персоналом на основі усвідомленого дотримання працівниками закладів індустрії гостинності принципів, цінностей, норм, правил та обов'язків, які відповідають місії, цілям, задачам які стоять перед підприємством.

Індикаторами заохочення персоналу можуть бути прихильність співробітника до підприємства, його готовність працювати «на совість» у сприятливих і несприятливих умовах, а також бажання дотримуватися корпоративної етики та культури підприємства, творчо підходити до

виконання своїх обов'язків, брати участь у діяльності підприємства щодо поліпшення якості обслуговування клієнтів.

Корпоративна культура підприємств індустрії гостинності залежать від ряду матеріальних та моральних факторів.

До матеріальних факторів слід віднести: заробітну плату, премії, бонуси; компенсація оплати особистого мобільного телефону, палива особистого автомобіля та ін.; соціальний пакет: медична страховка, пільгове проживання, програми з підтримки працюючих матерів та співробітників, які мають дітей, оплата путівок; навчання персоналу (тренінги, стажування, курси підвищення кваліфікації і т.д.); надання юридичної, фінансової допомоги співробітникам у важких життєвих ситуаціях; оплата харчування співробітників у службовій їдальні; можливість зростання по кар'єрних сходах, професійний розвиток.

До моральних факторів відносять: постійне інформування співробітників про внутрішню та зовнішню діяльність підприємства; стимулювання працівників, які справляються зі своїми обов'язками (грамоти, нагороди, дошка пошани та ін.); колективне проведення заходів (свят, ювілеїв, нагородження співробітників року, Новий рік та ін.); делегування співробітникам ряду обов'язків з більш високим ступенем відповідальності, призначення на роль тренера над співробітниками підприємства, навчання стажерів; підвищення іміджу, гордості співробітників за своє підприємство; удосконалення взаємодії працівника і керівника у підрозділах підприємства; наявність корпоративної культури.

Термін «корпоративна культура» був сформульований ще в ХІХ столітті німецьким фельдмаршалом Мольтке. У той час він характеризував взаємини між офіцерами, які регламентувалися не тільки статутом, а й безліччю різних правил [1, с. 50]. Нововведення дозволили конкретизувати функції кожного військовослужбовця і встановити правила взаємодії між ними.

Корпоративна культура є однією з важливих складових успішної діяльності сучасного підприємства, тому її роль і значення складно переоцінити. Розвиток культури підприємства індустрії гостинності сприяє об'єднанню в одну єдину групу однодумців, які вирішують поставлені цілі і завдання перед ними.

Керівники підприємства повинні розуміти, що добре розвинена корпоративна культура допомагає досягати основних цілей і вирішувати поточні завдання; об'єднувати і активізувати ініціативу працівників; забезпечувати продуктивне спілкування між фахівцями і менеджерами; підвищувати прибутковість компанії.

Сприятливий психологічний клімат у колективі формується на поважних відносинах між працівником і керівником, на їх ефективній взаємодії. Для того,

щоб домогтися поваги співробітників, керівник повинен володіти відповідними якостями: бути професіоналом у своїй справі; ясно формулювати цілі і завдання, послідовність дій, спрямованість їх на досягнення кінцевого результату; мати об'єктивність і справедливість оцінок; вміння вести конструктивну критику, дотримуватися розумних встановлених правил для підлеглих; вміти пишатися досягненнями своїх співробітників і оцінювати їх; небайдуже ставитися до проблем підлеглих, готовність надати їм допомогу, захищати їх інтереси; інтерес до думки співробітників, підтримка ініціативних підлеглих; вірність своєму слову; захопленість своєю професією.

Корпоративна культура повинна стати механізмом впливу на персонал включаючи в себе формальну і неформальну систему цінностей підприємства. Необхідно створити корпоративну програму, яка відображала б уявлення про те, яким ми хочемо бачити підприємство по відношенню до гостей, партнерів, співробітників, яка б сприяла позитивному настрою.

Ключовими складовими прихильності персоналу повинні бути: інтеграція – це привласнення працівниками організаційних цілей, об'єднання працівників навколо цілей підприємства; залученість – це бажання працівника вносити свій вклад у досягнення цілей організації; лояльність – емоційна прив'язаність до підприємства, бажання працювати і залишатися її членом [2, с. 95].

Таким чином, одним з перспективних напрямів досягнення стійких конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності на ринку є розвиток корпоративної культури. Культура компанії повинна бути спрямована на створення комфортних умов роботи і в цілому на благополуччя працівників. Благополуччя працівників підприємства забезпечить формування та розвиток його іміджу. Корпоративна культура допоможе витримати тиск з боку конкурентів та зберегти лідируючі позиції на ринку.

Але не слід забувати, що залежно від ступеня демократичності вона може, як позитивно впливати на організацію, так і негативно. Адже авторитарні і надмірно демократичні корпоративні культури можуть негативно вплинути на результати роботи підприємства.

Список використаних джерел

1. Ветчанова О. В. Корпоративная культура организации. *Справочник руководителя учреждения культуры*. 2012. №11. С. 49-64.
2. Никольская Е. Ю., Вахрина Ю. В. Повышение лояльности клиентов гостиницы. *Наука и мир*. 2015. Т.1 №3 (19). С. 94-97.