

УДК 005.73:640.4

Ситнік В.А.¹, Журавльова С.М.²

¹ студ. гр. ГФ-111 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ТІМБІЛДІНГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

У сучасних умовах господарювання, якість послуг закладів готельного господарства залежить від корпоративної культури підприємства. Корпоративна культура підприємства забезпечує адаптивну поведінку організації в зовнішньому середовищі. Вона допомагає підприємству вижити, перемогти в конкурентній боротьбі, надавати якісні послуги і успішно розвиватися. Але при цьому її основою є внутрішня консолідація, взаємодія і взаємокоординація, засновані на чіткому розподілі праці, відповідальності й узгодженні інтересів.

Корпоративну культуру підприємства визначає формула: загальні взаємовигідні цінності відносини і співпраця – добросовісна організаційна поведінка. Як культура взагалі базується на загально визнаних цінностях і загальноприйнятих нормах (правилах) поведінки, так і корпоративна культура на підприємстві формується на основі визнаних цінностей і прийнятих норм поведінки саме в даному колективі й даній організації. Носіями корпоративної культури є люди. Проте, в організаціях із сталою культурою вона стає атрибутом організації, її частиною, що активно діє на працівників, модифікує їх поведінку відповідно до тих норм і цінностей, які складають її основу. Таким чином, корпоративна культура задає певну систему координат, яка пояснює, чому і як організація функціонує.

Корпоративна культура серед працівників створює почуття відданості організації, намагання досягти поставлених цілей.

Корпоративна культура закладу не лише впливає на його імідж серед клієнтів, але й має значення для приваблення та утримання персоналу. Коли працівники відчувають себе частиною сприятливого та дружнього робочого середовища, вони більш схильні до професійного зростання та роботи на результат. Відчуття приналежності до команди та відданості спільним цілям стає стимулом для досягнення високих результатів.

Корпоративна культура також має прямий вплив на якість обслуговування гостей. Коли персонал спільно відчуває цінності та місію закладу, вони стають більш відданими наданням якісних та індивідуалізованих послуг. Кожен гість має можливість відчути теплу та гостинну атмосферу, яка створюється завдяки спільним цінностям та підходу персоналу. Не можна недооцінювати значення корпоративної культури в галузі гостинності. Вона є ключовим фактором успіху, який дозволяє закладам виходити за межі звичайних стандартів обслуговування та створювати неповторний досвід для своїх гостей. Інвестування у розвиток корпоративної культури є не лише інвестицією у власний успіх, але й вкладенням у майбутнє підприємства.

Корпоративні норми як формалізований виклад корпоративної культури визначають поведінку персоналу на робочих місцях, який виконує свої професійні обов'язки і поставлені перед ним задачі. Поряд з цим, важливе місце посідають неформальні норми і правила, які впливають на становлення корпоративної культури в готелі, в тому числі на психологічний клімат в колективі. Проте, не всі корпоративні цінності, усвідомлювані і навіть прийняті співробітниками, дійсно стають особистісними цінностями працівника. Усвідомлення тієї чи іншої цінності і позитивного ставлення до неї явно недостатньо. Більш того, це навіть не завжди необхідно. Дійсно необхідною умовою цієї трансформації є занурення співробітника в свою роботу, спрямовану на реалізацію цієї цінності.

Постійно дотримуючись встановлених норм і правил поведінки, поділяючи їх, тільки тоді працівник може стати частиною команди готелю та відповідати внутрішнім соціальним очікуванням і вимогам.

Отже, корпоративна культура готелю проявляється абсолютно в усіх аспектах надання якісного сервісу: манері спілкування із гостями, взаємодії із колегами, реагуванні на прохання гостей, технології обслуговування, рівні особистісного розвитку та самовираження працівника, його працездатності, настрої не тільки працівників, а й гостей.

Виходячи з цього, основними індикаторами впливу на якість готельного сервісу з боку персоналу готелю є забезпечення гідного рівня обслуговування, що відповідає вимогам до певної категорії готелю, а саме:

- дотримання охайного та презентабельного вигляду;
- чистота і порядок на робочому місці;

- широкий сервіс;
- кваліфікована ротація кадрів;
- знання іноземних мов й висока культура спілкування з гостями;
- дотримання стандартів якості.

Створення умов для реалізації функцій корпоративної культури готелю, дозволить сформувати високопрофесійну команду, яка надає сервіс високої якості. В основі корпоративної культури лежать стратегічні цілі та цінності компанії, принципи та правила поведінки персоналу, як спосіб реалізації даних цінностей. Лояльність до персоналу визначає його оцінку в очах керівництва, що відображається через індивідуальне заохочення або покарання, надання можливостей продемонструвати результати навчання, заохочення ініціатив та їх нагородження тощо.

Отже, персонал є носієм корпоративної культури готелю й гарантом високої якості сервісу.