

УДК 005.73

Бондаренко О. В.¹, Александрова С.А.²

¹ магістрантка гр. МГРС 2023-1, ХНУМГ ім. О.М. Бекетова

² канд. пед. наук, доцент, ХНУМГ ім. О.М. Бекетова

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В РОЗВИТКУ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

У сучасних умовах стрімкого розвитку індустрії гостинності підприємства стикаються з необхідністю не лише забезпечити якісне обслуговування клієнтів, а й створити та підтримувати позитивний імідж на ринку. Однією з ключових складових цього процесу є корпоративна культура, яка визначає внутрішню атмосферу на підприємстві та відображає його цінності й підходи до роботи [1]. Корпоративна культура може стати конкурентною перевагою, сприяючи формуванню довіри та лояльності як серед клієнтів, так і серед співробітників. Відповідно, дослідження ролі корпоративної культури у формуванні іміджу підприємства є важливим аспектом сучасного управління в індустрії гостинності [2].

Корпоративна культура є сукупністю цінностей, норм, правил та поведінкових стандартів, що визначають поведінку співробітників та взаємовідносини в колективі [1]. Вона має глибокий вплив на всі аспекти діяльності підприємства - від внутрішніх комунікацій до взаємодії з клієнтами [3].

В індустрії гостинності, де якість обслуговування є одним з ключових чинників успіху, корпоративна культура відіграє надзвичайно важливу роль у формуванні позитивного іміджу [2]. При цьому основним аспектом корпоративної культури є залучення та мотивація співробітників. Якщо співробітники поділяють цінності компанії, вони готові надавати якісне обслуговування, бути ввічливими та професійними [2]. Така поведінка сприяє створенню позитивного клієнтського досвіду, що напряду впливає на імідж підприємства [3]. Крім того, корпоративна культура позитивно впливає на рівень задоволеності співробітників, що, у свою чергу, визначає їхню лояльність до компанії та готовність працювати на її розвиток [1].

Іншим важливим елементом є створення довгострокових відносин з клієнтами. Корпоративна культура, яка фокусується на клієнтоорієнтованості, допомагає створювати атмосферу довіри та взаємоповаги між підприємством і його споживачами [1]. Це призводить до підвищення рівня лояльності клієнтів і повторних замовлень, що сприяє формуванню стабільного та надійного іміджу підприємства на ринку [3].

Корпоративна культура має вплив і на зовнішнє сприйняття підприємства. Клієнти, партнери та навіть конкуренти формують свою думку про підприємство, спираючись на ті цінності, які воно декларує і дотримується у своїй діяльності [2]. Якщо корпоративна культура підприємства відповідає високим стандартам етики, прозорості та соціальної відповідальності, це сприяє підвищенню його репутації [1].

Таким чином, корпоративна культура є одним із ключових факторів розвитку іміджу підприємства в індустрії гостинності. Підприємства, які активно працюють над формуванням потужної корпоративної культури, досягають вищого рівня задоволеності клієнтів, лояльності співробітників та

покращення свого іміджу на ринку [2]. Корпоративна культура, орієнтована на цінності, такі як професіоналізм, клієнтоорієнтованість та етика, сприяє зміцненню позицій підприємства в конкурентному середовищі [3].

Список використаних джерел:

1. Денисенко М. І. Корпоративна культура та її роль у розвитку сучасних підприємств. Київ: Наукова думка, 2019. 210 с.
2. Іванов О. В. Формування корпоративної культури в умовах глобалізації. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 320 с.
3. Петренко В. О. Вплив корпоративної культури на конкурентоспроможність підприємства. Донецьк: ДонНУ, 2021. 280 с.