

межах низькогірного рельєфу Закарпатських передгір'ях з мінімальними значеннями 10-16 м/км<sup>2</sup> та випуклими схилами крутістю 3-5<sup>0</sup>.

#### **Література**

1. Закарпаття – сплануй і подорожуй. Туристичний путівник. – Ужгород : «Ліра», 2003. – 120 с.
2. Курортно-рекреаційні зони Закарпаття // Довідник 2000. – Ужгород, 2000. – 235 с.
3. <http://www.carpathia.gov.ua>

УДК 338.48:640.412:640.43:39(043.2)

ГОЛОВКО О.М., ЛЕГАЧ Н.М.,  
Мукачівський державний університет

### **АНАЛІЗ СУТНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Ринкові відносини і багатоукладність економіки України викликають необхідність формування готельно-ресторанного бізнесу як самостійних секторів економіки, послуги яких будуються на принципах корпоративної культури. Складність процесів корпоративної культури готельно-ресторанних підприємств є причиною того, що їх дослідженнями займаються науковці, теоретики і практики в усьому світі. Серед них можна виділити вчених К. Голда, М. Мескона, Д. Елдріджа, М. Коула й таких українських науковців як: В. А. Погребняк, Т. Ю. Базаров, О.С. Віханський, А. В. Карпов, В.А. Співак, С.В. Іванова та ін.

Аналізуючи сутність корпоративної культури в готельно-ресторанному бізнесі доцільним є розпочати з визначення поняття «культура». Культура – це [1]: 1) сукупність матеріальних і духовних цінностей створених людством; рівень розвитку суспільства; освіченість, вихованість; рівень, ступінь досконалості якої-небудь галузі господарської або розумової. У змісті вказаних термінів чітко простежується єдність культури людини та її діяльність.

Культура як система колективного існування і взаємодії [2] людей вирішує завдання консолідації та організації людей, нормування і регуляція практичних форм їхньої колективної життєдіяльності, накопичення та трансляції соціального досвіду суспільного життя, адаптації людей до реальних умов оточення, здійснення комунікації між людьми, соціальної репродукції спільноти як суспільної цілісності. Культуру [3] поведінки, культуру спілкування, культуру ведення господарської діяльності тощо людина не отримує в спадок – її треба навчитися.

Готельно-ресторанні підприємства функціонують в економічному просторі, в якому склалися і складаються певні моральні цінності, правила, принципи, культура тощо завдяки рівням компетенції: освіченості, виховання, що в комплексі забезпечує ефективну діяльність й формування корпоративної культури. Складовою політики діяльності готельно-ресторанних підприємств є філософія корпоративної культури: єдність людини та її діяльність, оскільки

вона безпосередньо впливає на якість обслуговування. Якість обслуговування [4] – це сукупність властивостей і ступеня корисності послуг, що обумовлює здатність повніше задовольняти потреби гостей.

На формування якості послуг впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори. Це і державна політика в галузі, науково-технічний прогрес, структура готельно-ресторанного господарства, так і кадрова політика, матеріально-технічна база самого підприємства, корпоративна культура [5, с.146].

Висока якість послуг забезпечується колективними зусиллями співробітників всіх служб готельного господарства, постійним та ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм і методів обслуговування, вивчення і впровадження передового досвіду роботи, прогресивної техніки і технології та розширення асортименту послуг [5, с.147].

Мають значення в корпоративній культурі такі аспекти, як: архітектура будівлі, колір і дрес-код працівників, прагнення поводитися пристойно тощо. Готельно-ресторанні підприємства, враховуючи як соціальні утворення мають власну культуру, якій притаманні певні параметри, зумовлені специфікою їх діяльності та процесами управління, обслуговування, харчування тощо. Нині поширене розуміння культури обслуговування у вузькому змісті як сукупності правил ввічливості (етика поведінки); культура обслуговування – це складне комплексне поняття, яке є невід'ємною частиною загальної культури суспільства.

Готельно-ресторанні підприємства надають послуги вітчизняним та іноземним гостям. Тому неухильним правилом для співробітників має бути поважне ставлення до будь-яких культурних традицій і способу мислення, а також готовність до спілкування. Спілкування - це один із проявів соціальної взаємодії людей. Спілкуючись, людина висловлює свої думки почуття, волевиявлення і або сприймає їх від іншої людини (людей). Неправильність спілкування, його недостатність чи повна відмова від нього часто буває причиною конфліктів між керівником і підлеглим, обслуговуючим персоналом і споживачем послуг готельно-ресторанного господарства.

Недоліки у спілкуванні передусім полягають у порушенні наявних стандартів готельно-ресторанного підприємства. Правильно сприймати та оцінювати гостей під час спілкування може заважати ряд факторів: невміння розрізняти ситуації спілкування за такими ознаками, як цілі та завдання спілкування людей у даній ситуації; їхні наміри та мотиви; форми поведінки, стан справ і самопочуття у певний момент; наявність сформованих стереотипів, згідно з якими людина сприймається як представник певного класу, а не як конкретна особистість; віра у правильність і непорушність першого враження про людину; відсутність бажання та звички прислухатися до точки зору інших людей, бажання покласти лише на власне враження про людину тощо.

Корпоративна етика – це образ і репутація готельно-ресторанного господарства. Вона безпосередньо впливає на залучення гостей. При негативній

корпоративній етиці відвідувачі будуть відчувати розбіжності та нездорову конкуренцію між працівниками, а це може відштовхувати споживачів [6].

В національному характері українців та їх ментальності існує низка рис, які не вписуються в норми корпоративної культури. Це витоки невисокого рівня економічної культури, зокрема економічний нігілізм, поза публічність життя багатьох, тощо, які й сьогодні є реальністю ментальності значної частини населення та коріняться у глибинах національного характеру, етнічній психології народу впродовж багатьох століть [7].

Готельні мережі, які прийшли на український ринок, принесли свою корпоративну культуру. В сучасних процесах євроінтеграції виникає потреба підвищення рівня корпоративної культури українських підприємств готельно-ресторанного бізнесу для того, щоб прирівнятися до європейських не лише технічним оснащенням, а й мистецтвом управління людьми. Проте для цього потрібно подолати бар'єри у свідомості працівників та змінити ставлення керівної ланки до підлеглих. Зокрема, варто розробити і впровадити правила у своєму підприємстві.

Українські готельно-ресторанні підприємства перебувають на рівні становлення. Тільки зміна свого ставлення до значення корпоративної культури та бажання самих керівників запровадити її у діяльність приведе до успіху. Це визнала вже велика кількість найрозвиненіших та найуспішніших компаній світу.

Та мало зусиль самого керівника, потрібно, щоб змінились самі працівники. Тільки так можна буде очікувати економічного зростання готельно-ресторанного підприємства.

#### **Література**

1. Великий тлумачний словник української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т.Бусел. – Ірпінь : ВТФ «Перун» - 1440 с.
2. Шевнюк О.Л. Культурологія : Навч. посіб. – К. : Знання-прес, 2004. – 353 с.
3. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2006. – 291 с.
4. Головка О. М., Кампов Н. С., Махлинець С. С., Симочко Г. В. Організація готельного господарства : Навч. посібник для вузів / За ред. О. М. Головка. – 2010. – 247 с.
5. Малюк Л. П., Варипаєва Л. М. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі : навч. посібник . – Х. : ХДУХТ, 2016. – 146 с.
6. Кіщак Т. Г. Вітчизняні реалії становлення корпоративної культури на підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.economynayka.com.ua](http://www.economynayka.com.ua)
7. Хаєт Г.Л. Корпоративна культура: навч.посіб. / Г.Л.Хаєт. – К. : 2003, - М. : Издат. дом «Вільямс», 2007. – 1056 с.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>