

Вцілому, позитивна корпоративна культура сприяє зниженню рівня конфліктів, підвищує задоволеність працівників своєю роботою, збільшує продуктивність праці та сприяє стабільності функціонування компанії.

УДК 658.3.005.95

*Мороз В. О.,
здобувач вищої освіти,
Шановалова І. В.,
старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та
публічного адміністрування,
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Інтенсивний процес організації світового економічного простору та стрімкий розвиток ринків у ХХ столітті спричинили виникнення високого рівня конкуренції. Це поняття має на увазі під собою боротьбу за увагу споживача, яка стає дедалі більше актуальною. Зміна споживацьких уподобань, підвищення вимог до якості обслуговування та зростання конкуренції змушують ресторани підприємства активно переглядати свою корпоративну культуру для досягнення ефективності та відповідності сучасним вимогам. Трансформація корпоративної культури в ресторанному господарстві є необхідним кроком для успішної адаптації до сучасних викликів та вимог ринку.

Сутність корпоративної культури досліджується у роботах таких видатних вітчизняних і зарубіжних дослідників, як: О. Бала, Н. Богданова, Н. Барановська, З. Рум'янцева, А. Співак, Г. Чайка, Т. Чернишова та Т. Немченко, Є. Шейн, Є. Жак, Д. Елрідж і А. Кромбі, У. Оучі, К. Голанд, Г. Хофстеде, Е. Браун, Р. Кілман, М. Сакстон, М. Альберт, Ф. Хедоурі та інші.

На думку Е. Шейна, корпоративна культура – сукупність колективних базових правил, винайдених, відкритих або вироблених певною групою людей у міру того, як вона вчилася вирішувати проблеми, пов'язані з адаптацією до зовнішнього середовища й внутрішньою інтеграцією, і розроблених досить добре для того, щоб

вважатися цінними [3]. А науковець Г. Чайка розуміє поняття корпоративної культури як систему цінностей, правил та норм поведінки в конкретній організації, система взаємин і спілкування людей, що в ній працюють [4].

Дослідження поглядів науковців на сутність корпоративної культури дозволяє стверджувати, що це досить широке поняття, яке вітчизняні та іноземні автори хоча і трактують різними категоріями, однак, при цьому, можна простежити основні головні елементи як норми і цінності, переконання і поведінка співробітників у компанії.

Корпоративна культура в ресторанному господарстві охоплює сукупність цінностей, стандартів, норм та правил, що формують спосіб життя й роботу персоналу. Вона відображається у всіх аспектах діяльності закладу, від стилю обслуговування до якості страв.

Трансформація корпоративної культури в закладах ресторанного господарства є дуже актуальною, оскільки це дозволяє підприємствам адаптуватися до змін на ринку, привертати та утримувати клієнтів, покращувати якість обслуговування та створювати унікальний, брендовий заклад.

Існує багато прикладів ресторанів, які успішно пройшли трансформацію корпоративної культури для покращення свого бізнесу і привернення більшої кількості клієнтів. Наприклад, це ресторан швидкого харчування McDonald's. Ця відома мережа закладів пройшла трансформацію корпоративної культури, зосереджуючись на здоровому харчуванні та збільшенню позицій у меню. Вони внесли зміни до рецептів, включили більше сезонних продуктів та регулярно представляють нові страви для клієнтів. Відома кав'ярня Starbucks – зосереджується на створенні більш затишної та комфортної атмосфери для клієнтів. Вони регулярно розширюють асортимент напоїв та страв, а також активно використовують програми лояльності для залучення і утримання клієнтів.

Для формування ефективної корпоративної культури на підприємствах ресторанного бізнесу слід враховувати декілька особливостей. По-перше, забезпечення стабільності та ефективності. Корпоративна культура створює рамки для роботи, що дозволяє уникати конфліктів, забезпечує стабільність у виробничих процесах та сприяє підвищенню ефективності діяльності ресторану. По-друге,

ресторанний бізнес є дуже конкурентним середовищем, тому важливо, щоб співробітники були зосереджені на створенні єдиного командного духу та мали свою унікальність, яка буде відрізняти їх від конкурентів та таким чином привертати клієнтів. Варто зазначити, що слід мати систему навчання, яка дозволить забезпечити неперервність, стабільність, розвиток навичок й знань у роботі, що призведе до задоволення клієнтів та позитивного сприйняття закладу.

До основних викликів трансформації корпоративної культури в закладах харчування можна віднести: зміна споживацьких уподобань, конкуренція на ринку, інновації в обслуговуванні та приготуванні страв, мультикультурність робочого колективу.

Ключовими напрямками трансформації може бути визначення місії та цінностей. Розробка чіткої місії здатна відобразити суть та ціль діяльності організації. Необхідно разом із персоналом формувати нову корпоративну культуру. Створення сприятливого середовища для праці та розвитку персоналу, забезпечить комунікації та взаємодії між командами. А керівництву потрібно демонструвати високі стандарти етики та професіоналізму, щоб надихати і мотивувати персонал. Лідери повинні бути прикладом у виконанні цінностей та дотримуванні корпоративної культури.

Слід зазначити, що інвестування у професійний розвиток та підвищення кваліфікації персоналу, дадуть змогу впровадити нові методи та технології, що значно підвищать конкурентоспроможність закладу.

Таким чином, для реалізації процесу трансформації необхідно:

1. Оцінити стан поточної корпоративної культури та визначити слабкі місця.
2. Розробити нові послуги, які відображатимуть сучасні тенденції та вимоги клієнтів.
3. Залучити персонал до процесу змін.
4. Поступово впровадити нову корпоративну культуру та проводити постійну оцінку результатів.

Отже, трансформація корпоративної культури в закладах харчування є складним, але необхідним процесом для успішного функціонування в сучасних умовах. Шлях досягнення цілей та відповідність вимогам ринку полягає у поєднанні стратегічного керівництва, відкритості до змін, розвитку персоналу та використанні інноваційних підходів. Реалізація цих напрямків дозволить

підприємствам харчування забезпечити конкурентоспроможність та успішну адаптацію до вимог ринкового середовища.

Список використаних джерел:

1. Андросова О.Ф. *Визначення і сутність корпоративної культури в сучасному управлінні. Економіка та управління підприємствами. 2017, Вип. 6 (11). С. 224-233.*

2. Зеліч В.В. *Роль та місце корпоративної культури та її вплив на розвиток підприємства. Інфраструктура ринку. 2017.№6. С.21-25.*

3. Шейн Е. *Organizational Culture and Leadership, 3rd edition, видавництво Лабіринт. 2004.*

4. Чайка Г.П. *Культура ділового спілкування менеджера, Знання, Київ, 2005. – URL: http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/Chayka_2005_448.pdf*

УДК 338.3:[621.31+347.43]

Микитенко В.В.,

*доктор економічних наук, професор,
головний науковий співробітник,*

*відділ Проблем перспективного розвитку ПЕК,
Інститут економіки промисловості НАН України.*

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ
ЕНЕРГОСИСТЕМИ - СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ЕНЕРГЕТИЧНИХ БІЗНЕС КОРПОРАЦІЙ І
РОЗПОДІЛЕНОЇ ГЕНЕРАЦІЇ**

Визначення доцільності проведення системних розробок у площині забезпечення соціальної відповідальності у сфері енергетики є актуальним із огляду на [1]: а) необхідність розробки комплексної стратегії розвитку розподіленої генерації (РГ), яка б враховувала не лише економічні та технічні аспекти, але й соціальні та етичні питання; б) відсутність системних досліджень, які б комплексно оцінювали вплив РГ на різні аспекти суспільного життя; в) потребу у розробці механізмів стимулювання розвитку РГ, які б забезпечували справедливий розподіл вигод та мінімізували негативні наслідки; г) важливість забезпечення енергетичної безпеки та стабільності в Україні, що робить РГ пріоритетним напрямом розвитку енергетики; д) доцільність розробки комплексної стратегії розвитку РГ із