

Канд. іст. наук Сливенко В. А., Шаруда К. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ**

Цінності туристичного підприємства є ядром корпоративної культури, на їх основі виробляються норми та форми поведінки. Саме цінності, що поділяються та декларуються засновниками та керівництвом, найчастіше стають тією ключовою ланкою, від якої залежить згуртованість співробітників, формується єдність поглядів та дій, а, отже, забезпечується досягнення цілей підприємства [2].

Деякі дослідники визначають корпоративну культуру з позиції існуючих у робочому колективі пріоритетних норм, правил, зразків поведінки, способів дій, ціннісних орієнтацій і навіть стереотипів, визнаних як свідомо, так і мимоволі всіма її співробітниками і які втілюють в життєдіяльність організації [1]. Ця думка передбачає ідеологічну, регулюючу і спрямовуючу роль культури, яка впливає як на працівників, так і на керівну ланку. Деякі з дослідників, трактуючи поняття корпоративної культури, наголошують на значущості зовнішніх умов. Сформована таким чином корпоративна культура дає розуміння кожному члену трудового колективу цілей діяльності організації.

Значення корпоративної культури деякі автори розглядають із двох позицій. З одного боку, це пристосування до зовнішньої реальності, з іншого – формування ідентичності, тобто ототожнення себе із трудовим колективом. Саме від швидкості прийняття працівником норм поведінки та правил організації залежатиме успішність її діяльності, адже організація – це величезний механізм, на злагодженість роботи якого впливають окремі елементи – її члени [2]. Корпоративну культуру можна розглядати на трьох рівнях: перший – основа, базисні погляди, прийняті несвідомо. Сюди можна зарахувати цінності самої організації. Другий рівень становлять цілі та ідеали. На останньому ступені знаходяться видимі, тобто свідомо прийняті положення, ритуали та традиції. Сюди можна зарахувати й офіційні документи, лише як матеріальні речі, а правила, пропущені через свідомість кожного працівника. Таким чином, загальний кодекс корпоративних правил та норм організації насправді переломлюється через індивідуальну

корпоративну культуру кожного її члена. Тому неможливо не враховувати особливості особистості співробітників. Особливо важливо приділяти увагу цьому під час прийому нових працівників [3].

Керівникам важливо пам'ятати, що система цінностей кожного з працівників може впливати на цінності організації, у тому числі й у негативному ключі. Тому варто проводити серйозну роботу зі «зближення» індивідуальних установок із загальними та формування нових. Першим кроком можуть стати співбесіди, які проводяться при прийомі на роботу, коли вже можна оцінити систему поглядів людини і співвіднести її зі сформованою культурою. По-друге, при прийомі на роботу та розподілі на місця наступні внутрішньоорганізаційні дії покажуть, як «новоспечені» співробітники розуміють і усвідомлюють встановлені правила та ритуали [4]. Саме на цьому етапі працівники починають оцінювати корпоративну культуру, з якою їм довелося зіткнутися. Якщо працівник приймає ці норми та правила, він поступово починає ними опановувати, «вливатися» в колектив. Тоді на наступному етапі справедливо говорити про винагороду. При цьому воно має бути як узгоджено з обох сторін, так і відповідати корпоративним цінностям. Але про повну інтеграцію нового співробітника можна говорити не тільки коли цінності організації стають його особистими цінностями, але й коли він отримує визнання всередині самої організації всіма її членами. Через деякий час такий працівник може сам стати для новачків зразком поведінки.

Таким чином, узагальнюючи вищезазначене, ми ще раз можна наголосити на важливості такої корпоративної культури для туристичного підприємства, яка приймається як персоналом, так і керівною ланкою. Єдині переконання, норми та правила, зразки поведінки сприяють згуртуванню колективу, появі почуття впевненості і навіть захищеності, а на найвищому рівні сприяють досягненню мети підприємства, спрямовуючи зусилля всіх учасників в одному напрямі. Але важливо пам'ятати, що у кожного співробітника є свої устремління, ідеали та системи цінностей, ігнорування яких може призвести до того, що працівник може навіть своєю поведінкою перешкоджатиме реалізації місії організації. Тому важливо культивування цінностей та прищеплення їх працівникам, щоб згодом культура організації стала особистою культурою кожного працівника.

Список використаних джерел:

1. Жиленко К.М., Яровенко Т.С., Ставицька А.В., Самойленко А.О. Основні аспекти сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу та туризму. *Економіка. Фінанси. Право*. 2024. № 5. URL: <http://efp.in.ua/uk/releases>.
2. Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро. 2023. 206 с.
3. Редько В.Є. Синяк А., Корпоративна соціальна відповідальність «Booking Holding». *Туризм та креативні індустрії: сучасні виклики*: зб. наук. праць II Міжнар. наук.-практ. конф., 28 квіт. 2023 р. Дніпро: Біла К. О., 2023. 212 с.
4. Сливенко В., Журавель Д. Причини виникнення комунікативних проблем в сфері гостинності. *Туризм та креативні індустрії: сучасні виклики*: зб. наук. праць II Міжнар. наук.-практ. конф., 28 квіт. 2023 р. Дніпро: Біла К.О., 2023. С. 190–192.

Чернобай В. А., канд. екон. наук Редько В. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ
ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Екологічний туризм визнаний сучасним трендом на світовому ринку, що репрезентує його значний потенціал для сталого розвитку туризму України, інтегруючи збереження унікальних природних ресурсів і культурної спадщини з активізацією економічного зростання та підвищенням рівня добробуту локальних громад. В умовах сучасних геополітичних та екологічних викликів, зокрема дій та наслідків військової агресії, екологічних загроз та нагальної потреби у повоєнному відновленні, стратегічне спрямування розвитку екологічного туризму набуває особливої значущості як дієвого інструменту ревіталізації економіки, зміцнення національної ідентичності та забезпечення довготривалої стійкості регіонального розвитку. Попри наявність суттєвого природно-рекреаційного потенціалу, ефективна реалізація можливостей екологічного туризму в Україні лімітується низкою системних проблем, серед яких слід виокремити недостатнє інституційне забезпечення, фрагментарність нормативно-правової бази, обмежені обсяги інвестицій у розбудову сталої інфраструктури, недостатній рівень екологічної свідомості як серед рекреантів, так і серед суб'єктів туристичного підприємництва, а також неповна відповідність якісних характеристик та асортименту туристичних послуг існуючим потребам ринку.