

## Источники

1. *Кряжев, И. В.* Развитие сферы туризма в Республике Беларусь / И. В. Кряжев // Allbest. — URL: [https://otherreferats.allbest.ru/sport/00223672\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/sport/00223672_0.html) (дата обращения: 25.11.2024).

2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь 2024 : стат. буклет // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/9b3/br1vjwso15cj2wmx9faad2iu74rt61r0.pdf> (дата обращения: 25.11.2024).

СНИЛ «Тураналитик»

**Я. Р. Липницкая**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — Н. В. Савина, канд. филол. наук, доцент*

## **ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПЕРСОНАЛА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Организационная культура сотрудников в сфере гостеприимства играет ключевую роль в успешной деятельности современных гостиничных предприятий. В последние годы термин «организационная культура» все чаще заменяется понятием «корпоративная культура», что связано с изменениями в подходах к управлению персоналом и внутренней политике компаний. Организационная культура — совокупность традиций, ценностей, устоев, убеждений и подходов, создающая неповторимую атмосферу (ауру) организации. Она поддерживается системой обычаев и церемоний (ценностей), моделей общения, неформальных отношений, ожидаемых моделей поведения и восприятия психологического контакта [1, с. 227]. Корпоративная культура — своего рода атмосфера внутри коллектива или организации, которая непосредственно объединяет рабочий состав единой целью, что включает в себя: работоспособность, мотивацию, высокие показатели, уровень профессионализма и точки роста [2].

Термин «организационная культура» более уместен для независимых отелей, в то время как «корпоративная культура» лучше отражает суть сетевых гостиничных брендов. Сетевые отели часто имеют четко прописанные стандарты и процедуры, которые должны соблюдаться во всех их филиалах, что создает единый имидж и подход к обслуживанию клиентов. Организационная культура не является статичной. Она подвержена изменениям, которые могут происходить под воздействием различных факторов: изменения в управлении, экономической ситуации, предпочтениях клиентов и даже в результате внедрения новых технологий.

Ключевыми аспектами, которые влияют на организационную культуру в гостиничной сфере, являются уровень вовлеченности сотрудников, их удовлетворенность работой, а также способность адаптироваться к изменениям. Высокая степень вовлеченности персонала напрямую связана с качеством обслуживания и, как следствие, с лояльностью клиентов. Организационная культура включает в себя элементы, связанные с обучением и развитием персонала. Гостиницы, которые инвестируют в обучение своих сотрудников, создают более сильную и устойчивую культуру, способствующую инновациям и улучшению качества услуг. Это может быть как формальное обучение, так и неформальные мероприятия, такие как тимбилдинги — комплекс мероприятий, направленных на превращение отдельных работников компании в сплоченную команду, способную использовать взаимосвязи для достижения лучших результатов, или культурные события, которые помогают укрепить командный дух и повысить уровень доверия между сотрудниками.

Таким образом, организационная культура в сфере гостеприимства — не просто набор правил и норм, а динамичная система, которая постоянно развивается и адаптируется к новым условиям, играя важную роль в формировании имиджа гостиницы, удовлетворенности клиентов и в конечном итоге финансового успеха предприятия. В условиях жесткой конкуренции на рынке гостиничных услуг внимание к организационной культуре может стать тем самым конкурентным преимуществом, которое позволит выделиться среди множества аналогичных предложений.

### **Источники**

1. *Кабушкин, Н. И.* Менеджмент туристической индустрии : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин, О. В. Ежель. — Минск : РИВШ, 2022. — 420 с.
2. *Козлова, Е. Г.* Корпоративная культура в конкурентоспособности организации / Е. Г. Козлова // Научный альманах. — 2019. — № 2-1 (16). — С. 198–202.

*СНИЛ «Тураналитик»*

*Я. Р. Липницкая, В. Н. Черныш*

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — А. Ф. Бунас*

## **ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

Важность данной работы обусловлена растущей популярностью рынка ресторанного бизнеса, где открываются новые заведения и создаются рабочие места. Например, в последние годы наблюдается значительный рост числа кафе, ресторанов и предприятий быстрого пи-