

РОЛИ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ И КУЛЬТУРЫ И ИХ ТЕНДЕНЦИИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Прокопец Т.Н., к.э.н., доцент

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

В современном мире отельный бизнес занимает лидирующие позиции в сфере развития индустрии гостеприимства. В нынешнем гостиничном рынке многие руководители задумываются о важности разработки в организации корпоративной политики и корпоративной культуры. Это связано с тем, что российский бизнес переходит на новый этап развития, который характеризуется поиском путей повышения эффективности использования имеющихся ресурсов, в том числе и самого персонала.

Значение корпоративной политики и культуры для развивающейся организации или государственной структуры определяется рядом факторов: а) внутриорганизационная корпоративное управление формирует ответственность и сознание персонала компании, выполняет поставленные перед ней задачи; б) корпоративная политика и культура занимаются формированием у сотрудников ощущения надежности самой организации и своего места в ней, осуществляют функцию структурирования социальной защищенности у персонала; в) корпоративная культура предоставляет сотрудникам организационную идентичность, определяет групповые представления о компании, являясь главным источником стабильности и развития; г) знание основных идей корпоративной политики и культуры своей организации может помочь новым членам коллектива правильно оценить происходящее в ее структуре, делая акцент на главных принципах организационной рабо-

ты. Корпоративная политика и культура оказывают значительное влияние, как на отдельных сотрудников, так и на организацию в целом, выступая таким фактором, который осуществляет большое влияние на внутреннюю жизнь и управления структурой компании. Корпоративное управление способно поддерживать и ориентировать на выполнение долгосрочных корпоративных целей, на определенный алгоритм поведения и действий путем воздействия на образ поведения и мыслей. [1, с. 270]

Организация, которая развивается согласно заданному вектору и основам корпоративных отношений заведомо имеет больше шансов на успех. Команда, объединенная общими ценностями, взаимоуважением, мотивацией и заранее продуманных решениями, всегда будет достигать целей и приносить прибыль быстрее. Почему?

- Во-первых, наличие грамотно выстроенной корпоративной культуры располагает к доверительным отношениям с клиентами и партнерами, а также привлекает потенциальных сотрудников.
- Во-вторых, коллектив чувствует себя причастным к общему делу и цели. Сотрудники чувствуют свою значимость, это их мотивирует и вдохновляет на продуктивную командную работу.
- В-третьих, корпоративные ценности помогают сотрудникам быстрее и качественнее влиться в коллектив и рабочий процесс.

Таким образом, на производственные показатели деятельности организации напрямую влияют корпоративная политика и корпоративная культура. Многие ученые утверждают, что эффективное корпоративное управление организацией отличают такие характеристики, как слаженность, взаимодействие; удовлетворение работой и гордость за её результаты; преданность организации и готовность соответствовать её высоким стандартам; требовательность к качеству труда; готовность к переменам, вызванным прогрессом и конкурентной борьбой, невзирая на трудности и бюрократические препоны. [2, с. 96]

О. В. Троицкая выделяет наиболее действенные способы управления корпоративной культурой: пропаганда корпоративных ценностей через внутриорганизационные и внешние средства коммуникации (газеты, журналы, социальные сети); воплощение декларируемых ценностей в поведении организационных лидеров (как формального, так и неформального, как в повседневных, так и в кризисных ситуациях); формирование соответствующей системы распределения вознаграждений, должностей и статусов; подбор и социализация новых работников. [9, с. 14-19]

М. Магура выделяет методы поддержания и укрепления корпоративной культуры: поведение руководителя; реакция руководства на поведение работников в критических ситуациях; обучение персонала; система стимулирования; критерии отбора в организацию; организационные традиции и порядки; широкое внедрение корпоративной символики и другие. [7, с. 24-29]

А. Л. Слободской и О. Л. Касьяненко считают, что целенаправленное формирование корпоративной культуры позволяет эффективно использовать человеческие ресурсы компании для реализации её стратегии, повысить уровень управляемости компанией, усилить сплочённость и трудовую мотивацию команды. [4, с. 192]

Согласно Э. Шейну, на каждом этапе формирования культуры должны применяться различные механизмы и технологии её изменения. Например, при создании предприятия и формировании новой культуры механизмами могут быть: внимание, контроль и вознаграждение со стороны лидера, поведение лидеров, достойное подражанию, и т. д. [5, с. 336]

Н. Смирнова отмечает, что политика предприятия в отношении корпоративной культуры выражается не только в формулировании официальных ценностей, но и в конкретных мероприятиях, проводимых фирмой, направленных на формирование у сотрудников идентичности с предприятием. [3, с. 70-88]

Не существует единой верной точки зрения по правильному формированию, управлению и выражению корпоративной культуры. Ученые определяют трактовки в зависимости от ряда факторов: кто-то особое внимание в корпоративной культуре отводит проводимым на сплочение мероприятиям, а кто-то утверждает, что всё зависит от позиции и действий лидера.

Целенаправленное развитие корпоративной культуры, способствующей формированию корпоративной идентичности сотрудников, позволит эффективно использовать человеческие ресурсы компании для реализации её стратегии, повысить уровень управляемости компанией, усилить сплочённость команды, использовать корпоративные ценности как стратегический мотивирую-

щий фактор, направляющий сотрудников на достижение общеорганизационных целей. [6, с.114-123]

Глобальные перемены последних лет кардинально перевернули представления и о работе, и о жизни в целом. Новые технологии, новые запросы общества, новые поколения специалистов с новым мышлением – все это не могло не отразиться на корпоративной политике и культуре компаний.

Последние годы в корпоративной политике и культуре в частности наблюдается тенденция на цифровизацию. Практика показывает, что большую часть процессов можно оцифровать:

- найм новых сотрудников;
- адаптация в компании;
- образование персонала;
- развитие команд;
- проведение корпоративных мероприятий для поддержания уровня коммуникации и культуры;

- обязательные процессы кадрового документооборота и многое другое. [8, с. 18-34]

Так, в компаниях могут применяться: искусственный интеллект в процессе сорсинга, чат-боты, оказывающие неоценимую помощь в процессе адаптации сотрудников; автоматизированы процессы hr-запросов, требующие нескольких этапов согласования, процесс адаптации, включающий в себя несколько сценариев для разных позиций с элементами геймификации. [10]

Вторая важная и модная тенденция – поддержание work-life balance. Помощь сотрудникам в обнаружении их собственного баланса между работой и жизнью является очень важным шагом на пути повышения лояльности сотрудников к компании. Это может быть сделано как путем внутренних коммуникаций между руководителями и сотрудниками, так и путем привлечения таких специалистов, как коучи, тренеры, корпоративные психологи. У сотрудника, нашедшего свой work-life balance внутри компании, будет гораздо меньше мотивов и поводов попытаться найти его где-то еще. [12]

График работы – принцип «Task-oriented schedule». В современных условиях при работе в гибридном или удаленном графике в компаниях нет никаких инструментов для отслеживания рабочего времени сотрудников, задачи выполняются в комфортном графике и режиме, но, разумеется, с соблюдением сроков и качества их выполнения.

Нельзя не отметить, что на тенденции в подходах к построению корпоративной политики и культуры значительное влияние оказал широкий доступ к информации. У людей появилась возможность сравнивать, изучить опыт других, более развитых компаний, где гуманистический подход в вопросе командообразования применяется уже десятилетия. Кроме того, влияют смена поколений и возможности работать из любой точки мира. Люди стали свободнее, у них появилась возможность видеть большое количество контекстов и вариантов.

Лучшие идут на интересные проекты, гибкость, эмпатию, возможность творческой реализации, причем такой реализации хотят представители даже, на первый взгляд, совсем не творческих профессий.

Сейчас эффективные лидеры применяют коучинговый подход в управлении, где главный принцип «со всеми все ОК», где совещания проводятся не по принципу прямой речи руководителя, а по принципу вовлечения всей команды. И, пожалуй, это самые эффективные инструменты на сегодняшний день.

Тренды в управлении корпоративной культурой в 2023 году:

- обучение;
- доверие;
- коммуникация;
- сильная корпоративная культура;
- идентичность и уникальность;
- творчество и креатив;
- команды по принципу сообщества;
- готовность к переменам/гибкость;
- долгосрочная мотивация [11]

Таким образом, разработка и реализация корпоративной политики и корпоративной культуры организации позволяет повысить эффективность ее финансово-хозяйственной деятельности и конкурентоспособность, оказывает влияние на эффективность работы предприятия, повышая сплоченность сотрудников, увеличивая производительность, способствуя развитию трудовой дисциплины, мотивации и взаимодействию сотрудников, обеспечивает достижение целей организации.

Список использованных источников

1. Кукура С.П. Теория корпоративного управления / С.П. Кукура. - М.: Инфра-М, 2014. - 270 с.
2. Лапина Т.А. Корпоративная культура: учеб-метод. пособие – Омск: Изд-во ОмГУ, 2015. – 96 с.
3. Смирнова, Н. Организационная культура промышленных предприятий: исследование немецкого строительного концерна / Н. Смирнова // Экон. социология. – 2013. – Т. 6, № 3. – С. 70–88
4. Солободской, А. Л. Организационная культура: учеб. пособие / А. Л. Солободской, О. А. Касьяненко. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2013. – 192 с.
5. Шейн, Э. Г. Организационная культура и лидерство / Э. Г. Шейн. – СПб.: Питер, 2014. – 336 с.
6. Верц С.В. Влияние корпоративной культуры на формирование внутреннего корпоративного имиджа / С.В. Верц // Экономика труда. - №2. - 2014. - С.114-123.
7. Магура, М. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений / М. Магура // Управление персоналом. 2014. – № 1. – С. 24–29.
8. Магура М. Корпоративная культура как средство успешной реализации организационных изменений / М. Магура // Управление персоналом. - №1. - 2021. - С.18-34.
9. Троицкая, О. В. Процесс подбора кадров как методы управления организационной культурой / О. В. Троицкая // Ломоносовские чтения. Аспиранты. – 2018. – Т. 2. – С. 14–19.
10. Байнакова М.Е., Чуланова О.Л. Модель интеграции искусственного интеллекта в систему адаптации персонала // УПИРР. 2022. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-integratsii-iskusstvennogo-intellekta-v-sistemu-adaptatsii-personala> (дата обращения: 15.10.2023).
11. Прокачество, международный форум, режим URL: <https://kachestvo.pro/kachestvo-upravleniya/instrumenty-menedzhmenta/trendy-v-postroenii-korporativnoy-kultury-v-2023-godu/> (дата обращения 18.10.2023)
12. VC.ru Неочевидный плюс поддержания work-life balance сотрудников, режим URL: <https://vc.ru/hr/489131-neochevidnyy-plyus-podderzhaniya-work-life-balance-sotrudnikov> (дата обращения: 19.10.2023)