

дыха выставляют оценки по списку, в который будут включены все компоненты качественного отдыха в агроусадьбе.

После выставления оценок и присвоения предварительной категории, «агротурист» знакомит владельца агроусадьбы с результатом сертификации. На базе проведенных проверок всем агроусадьбам присваивается соответствующая категория, которая в обязательном порядке отражается на сайтах и во всех рекламных мероприятиях агроусадб.

В результате сегмент агротуризма получает объективную оценку предоставляемого турпродукта и необходимую информацию для клиента. Данное предложение позволит объективно формировать ожидания потребителя и стимулировать улучшение качества агротуристического продукта.

### **Литература**

1. *Клищунова, В. А.* Агротуризм : учеб.-метод. пособие / В. А. Клищунова, Н. М. Борисенко, Я. И. Аношко. — Минск : РИПО, 2014.

***Е.В. Шабович***  
*БГЭУ (Минск)*

## **К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ**

Актуальность изучения корпоративной культуры в гостиничной сфере обусловлена интенсивным развитием гостиничного и туристического бизнеса в Республике Беларусь и увеличением занятости населения в данном рыночном сегменте. В то же время уровень обслуживания и стратегия управления во многих белорусских гостиницах не соответствуют требованиям современной бизнес-среды и являются недостаточно развитыми для интеграции в мировой туристический рынок.

В настоящее время не существует однозначной трактовки термина «корпоративная культура», ее сущность понимается по-разному. Российский исследователь А.Я. Кибанов определяет корпоративную культуру как «набор наиболее важных положений, применяемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях и нормах, дающих людям ориентиры их поведения и действий». Э. Жак дает следующее определение: «Корпоративная культура — вошедший в привычку, ставший традицией образ мышления и способ действия, который в большей или меньшей степени разделяют все работники предприятия и который должен быть усвоен и хотя бы частично принят новичками, чтобы новые члены коллектива стали «своими» [1]. Таким образом, к наиболее значимым характе-

ристикам корпоративной культуры относятся осознание работником своего места в организации, нормы поведения, культура общения, традиции компании, трудовая этика.

В настоящее время в гостиницах Республики Беларусь можно наблюдать частичное присутствие отдельных элементов корпоративной культуры, которая чаще всего складывается сама собой, но не формирует систему. Существует свод норм и правил, но они прописаны скорее формально и практически не контролируются. Проблема заключается в недостаточной осведомленности персонала о сущности корпоративной культуры, непонимании необходимости ее формирования и развития. Исключение представляют предприятия иностранных гостиничных сетей, которые пришли на белорусский рынок относительно недавно (Marriott Inc., InterContinental Hotels Group, Hilton).

Корпоративная культура призвана воспитывать командный дух у всех сотрудников организации, благодаря чему они руководствуются едиными принципами и подходами в работе [3]. Преимущества внедрения корпоративной культуры очевидны: такая система делает коллектив дружным и сплоченным, дружный коллектив легче воспринимает изменения, в нем проще переживаются трудности или неудачи, намного быстрее принимаются решения, каждый сотрудник понимает свое место, задачи и ценность для организации. В результате повышается эффективность работы.

С целью формирования корпоративной культуры на предприятии необходимо прежде всего определить основные базовые ценности организации, проработать стратегию разработки имиджа организации, определить миссию организации, выработать единые стандарты общения, запланировать проведение ежедневных брифингов, еженедельных встреч и ежемесячных презентаций проделанной за месяц работы, а также корпоративных мероприятий для сотрудников. Таким образом, совершенствование корпоративной культуры может стать фактором повышения качества предоставляемых услуг и позволит наладить более эффективную работу гостиниц в Республике Беларусь.

### Литература

1. Корпоративная культура [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративная\\_культура](https://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративная_культура). — Дата доступа: 25.02.2016.
2. *Кабушкин, Н. И.* Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. — М. : КНОРУС, 2013.
3. *Уокер, Дж. Р.* Введение в гостеприимство: учебное пособие : пер. с англ. / Дж. Р. Уокер. — 4-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014.