

Рубрика: Культура и дискурс
УДК 394.9

**Ким Илья,
Хисамутдинова Наталья Владимировна**
Владивостокский государственный университет
E-mail: teokim13@gmail.com; Natalya.khisamutdinova@vvsu.ru

Восприятие корпоративной культуры в гостиницах разных стран

Исследование посвящено анализу корпоративной культуры, представляющей собой одно из проявлений культурного ландшафта общества и обладающей уникальными характеристиками. Такие ученые как Э. Шейн и П. Фрост, основатели теории корпоративной культуры, описывают ее как систему материальных и духовных ценностей, стандартов поведения и взаимодействия, которые отражают уникальность организации. За рубежом это явление уже давно и активно изучается, между тем как в России к настоящему времени оно еще не подвергалось подробному научному анализу, особенно в контексте гостиничного бизнеса, который представляет собой сложную и многогранную систему, включающую материальные, духовные, интеллектуальные и социальные элементы. Это особенно важно в эпоху глобализации, когда передвижение людей по миру во много раз усилилось и проблемы межкультурной коммуникации, в том числе связанные с гостиничным бизнесом, обострились. Эти элементы были оценены с использованием анкетирования на примере двух гостиниц - российской и новозеландской.

Ключевые слова: гостиничные предприятия, корпоративная культура, стандарты поведения и взаимодействия, межкультурная коммуникация, сравнительный анализ, российская гостиница, новозеландская гостиница

**ИльяKim,
NataliaV. Khisamutdinova**
VladivostokStateUniversity
E-mail: teokim13@gmail.com; Natalya.khisamutdinova@vvsu.ru

Perception of the Hotel's Corporate Culture in Different Countries

This research deals with the analysis of corporate culture, which is one of the manifestations of the cultural landscape of society and has its own unique characteristics. Scientists such as E. Shane and P. Frost, the founders of the theory of corporate culture, describe it as a system of material and spiritual values, standards of behavior and interaction that reflects the uniqueness of the organization. The study of this phenomenon outside Russia has been actively conducted for a long time, and at the moment it requires scientific analysis in Russia, especially in the context of the hotel business, which is a complex and multifaceted system that includes material, spiritual, intellectual, and social elements. This is especially important in the globalization era, when the people's movement around the world has increased causing acute problems of intercultural communication, including those related to the hotel business. These elements were evaluated using a questionnaire on the example of two hotels, in Russia and in New Zealand.

Keywords and phrases: hotel industry, corporate culture, E. Shane, P. Frost, standards of behavior and interaction, uniqueness of the organization, research, questionnaire, example of two hotels, Russian hotel, New Zealand hotel.

Глобализация привела к интернационализации производственных связей, возникновению многонациональных компаний, в том числе в сфере гостиничного бизнеса. В этих условиях эффективность производства во многом обеспечивается гармонией социальных отношений внутри компании, сбалансированностью социальных ценностей, а основными инструментами укрепления и распространения корпоративных ценностей являются социализация персонала в рамках общей кадровой политики фирмы; распространение корпоративной культуры.

Выстраивая корпоративную культуру, многонациональные компании сталкиваются с проблемами, связанными с социокультурной пестротой персонала, имеющего разные культурные навыки: как образовательные и профессиональные, так и национальные, конфессиональные и др. Задача руководителя - оптимизировать межличностные отношения, налаживать социальное партнерство, адаптировать всех сотрудников к фирменному стилю.

Культура внутри корпорации строится на основе общепринятых ценностей, обычаев, стандартов поведения и внутреннего общения сотрудников. В гостиничном бизнесе ключевыми корпоративными ценностями становятся ориентация на клиента, развитие и самосовершенствование персонала, стремление к высокому качеству, инновационность, командная работа и социальная ответственность. Также культура корпорации влияет на поведение ее сотрудников, приводя его в соответствие с принятыми стандартами и ценностями и помогая понять свою роль в обществе [1].

Особую роль в повышении трудового потенциала компании играет национальная культура, формирующая поведенческие стереотипы работника. Исследователи отмечают, что сегодня транснациональные корпорации при организации производства опираются на прикладные антропологические исследования, выделяющие этнические особенности персонала. Из отдельных национальных характеристик специалисты синтезируют обобщенный портрет «типичного сотрудника» — русского, узбека, китайца и т.д., выстраивая с учетом этого корпоративную культуру и систему трудовых отношений. С другой стороны, успешность карьеры сотрудников находится в прямой зависимости от их личного опыта вхождения в чужую культуру [2].

Основатели теории корпоративной культуры Эдгар Шейн и Питер Фрост, а также другие ученые достаточно детально определили и изложили концепцию корпоративной культуры в научных работах [1]. Изучение этих материалов позволяет выделить несколько взаимосвязанных подходов к определению корпоративной культуры: это комплекс ценностей, норм поведения, интересов, стиля управления и отношений; система общепринятых убеждений, верований, идеологических ориентиров и этических принципов, которые создают уникальную атмосферу организации и передаются новым сотрудникам; набор символов, используемых для внутренних коммуникаций, традиций, церемоний, ритуалов и фирменных знаков (Таблица 1).

Таблица 1. Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры

Организационные	Социально-экономические	Психологические
------------------------	--------------------------------	------------------------

<ul style="list-style-type: none"> • Миссия и цели деятельности • Организационная структура • Документальное обеспечение • Условия и средства труда • Корпоративная айдентика 	<ul style="list-style-type: none"> • Финансовая стабильность • Система вознаграждения за труд • Социальная политика • Профессиональное развитие персонала 	<ul style="list-style-type: none"> • Стиль управления • Субкультура • Традиции
--	---	---

Методики Ф. Тромпенаарса [3] в области корпоративной культуры находят применение в различных уголках мира, включая такие страны как Соединенные Штаты, Канада, Великобритания, Германия, Франция, Япония и другие. Они активно используются в глобальных компаниях и организациях, которым приходится сталкиваться с культурными разнообразием при ведении деятельности в разных государствах (Таблица 2).

Таблица 2. Методы управления Ф. Тромпенаарса

Сравнимые параметры	Эгалитарность (равенство)	Иерархия
Личность	Инкубатор Культура, ориентированная на достижение	Семья Культура, ориентированная на власть
Цель	Управляемая ракета Культура, ориентированная на цель (задачу)	Эйфелева башня Культура, ориентированная на роль

Семья. В культуре типа «Семья» присутствуют узкие межличностные связи и иерархическая структура, где лидер играет роль заботливого родителя. В такой среде больше ценится личное восприятие индивидуума и методика научного тыка, отдается предпочтение личным диалогам и субъективному мнению. Члены «семьи» ставят свои отношения выше материальных ценностей и особенно чувствительны к конфликтам внутри группы, они также стараются защитить друг друга от потери репутации.

Тем не менее, «семейная» культура может столкнуться с проблемой недостатка профессиональной подготовки и отсутствием конкуренции внутри организации, что может привести к снижению производительности и эффективности работы. Более того, такой тип культуры может быть неуместен в компаниях, где требуется строгая иерархия и распределение обязанностей, а также для работников, которые ставят в приоритет свое профессиональное развитие и совершенствование собственных навыков.

Эйфелева башня. В этой организационной культуре все обязанности определены заблаговременно, с учётом бюрократического подхода к разделению труда, где каждая роль имеет свои задачи и контролируется на самом веру иерархии. Важность придается тому, чтобы все роли были выполнены в рамках установленной системы, иначе задачи не могут

быть достигнуты в таком объеме и последовательности, как того требует план. Иерархическая структура начинается с мастера, отвечающего за выполнение некоторых задач, и ведет к руководителю, контролирующему работу нескольких мастеров.

Тем не менее, в такой культуре может возникнуть недовольство сотрудников строгой иерархией и ограниченными возможностями для личного и профессионального развития. Поэтому выбор организационной культуры зависит от целей, задач и характеристик работников организации. Каждая культура имеет свои достоинства и недостатки, и важно выбрать ту, которая максимально соответствует потребностям компании и ее сотрудников.

Управляемая ракета. Культура «Управляемая ракета» отличается фокусировкой на цель и способностью объединить участников команды вокруг общего намерения. Она не связана с определенной ролью или позицией, что позволяет каждому участнику команды делать все возможное для достижения поставленных целей. Лидеры и координаторы отвечают за выполнение работы, но иногда они могут быть менее осведомлены, чем специалисты или эксперты. В такой культуре эксперты часто берут на себя роль лидера на определенной стадии работы команды, что придает ей эгалитарность.

Однако, такая культура может привести к проблемам с мотивацией и удовлетворенностью работой сотрудников из-за отсутствия личного взаимодействия между ними и руководством, а также ограниченных возможностей для личного и профессионального развития. Поэтому выбор культуры организации должен зависеть от ее целей, задач и характеристик ее сотрудников. Каждая культура имеет свои сильные и слабые стороны, и важно выбрать ту, которая максимально соответствует потребностям компании и ее сотрудников.

Инкубатор. Культура «Инкубатор» примечательна своим акцентом на индивидуализм и творческую свободу. Она не обладает строгими иерархическими структурами и поощряет малые неформальные команды. В данной культуре важны инновации, оригинальные решения и самостоятельность работников. Конфликты устраняются через принятие предложенных изменений, а мотивация в культуре "Инкубатор" высокая. Лидерство основывается на личных достижениях, а соперничество между сотрудниками подстегивает рост и прогресс. Культура «Инкубатор» часто ассоциируется со стартапами и новаторскими проектами, где быстрое принятие решений и гибкость в корректировке планов в соответствии с новыми условиями являются ключевыми. Для успешной деятельности в культуре «Инкубатор» требуется специфический подход и поведение, а выбор культуры, соответствующей личным ценностям и характеристикам, поможет работать продуктивно и комфортно.

В общем, выбор организационной культуры зависит от целей и задач отеля, а также от особенностей его работников. Каждая культура имеет свои сильные и слабые стороны, и важно определить ту, которая максимально удовлетворяет потребности компании и ее персонала. Также стоит учесть, что корпоративная культура может эволюционировать со временем под воздействием меняющихся обстоятельств, поэтому ее следует регулярно переоценивать и адаптировать к новым условиям [4]. Замечено, что иностранные корпорации, действующие на территории России, не всегда учитывают в своей корпоративной культуре национальные особенности российской хозяйственной и трудовой культуры. В силу этого российские сотрудники иностранных корпораций лишены «духа корпоративности» [5, с. 19].

В данной статье использован материал анализа корпоративной культуры двух гостиниц, российской и новозеландской, который автор провел во время прохождения практики. Используя метод наблюдения, он пришел к выводу, что оба отеля отражают смешанный тип корпоративной культуры, а именно «Семья» и «Управляемая ракета». Однако, в российском отеле доминирует «Управляемая ракета», в то время как в новозеландском преобладают «семейные отношения».

Во избежание нарушения конфиденциальности информации, полученной в процессе опроса (таблица 3) и для соблюдения обещанной анонимности автор не указывает названия участвующих в исследовании организаций. Это сделано для поддержания искренности ответов респондентов на вопросы анкеты, что является ключевым фактором для обеспечения достоверности результатов исследования и последующего улучшения корпоративной культуры в организациях.

Таблица 3. Результаты анкетирования

	Да	Нет	Не знаю
Считаете ли вы, что в вашей гостинице сильная корпоративная культура?			
Гостиница РФ	20%	30%	50%
Гостиница НЗ	70%	10%	20%
Считаете ли Вы, что Ваш руководитель является выразителем корпоративных ценностей компании?			
Гостиница РФ	52%	48%	0%
Гостиница НЗ	72%	28%	0%
Существует ли в Вашей компании некий свод правил поведения сотрудников друг с другом, с заказчиками, с представителями других организаций и т.д.?			
Гостиница РФ	22%	50%	28%
Гостиница НЗ	72%	6%	22%
Обедают ли Ваши руководители в одном помещении с сотрудниками?			
Гостиница РФ	10%	84%	6%
Гостиница НЗ	84%	14%	0%

Считаете ли Вы, что в Вашей организации повышение по службе, поощрение за проделанную работу, наказание провинившихся в большинстве случаев осуществляется объективно?			
Гостиница РФ	58%	38%	4%
Гостиница НЗ	80%	20%	
Заинтересовано ли Ваше руководство в получении "обратной связи"?			
Гостиница РФ	32%	32%	36%
Гостиница НЗ	72%	12%	16%
		Гостиница РФ	Гостиница НЗ
На каком этапе вхождения в компанию вы почувствовали (заметили) проявление КК?			
во время собеседования	4%		28%
в первый день работы	0%		22%
в первый месяц работы	12%		24%
в первый год работы	24%		18%
до сих пор не замечаю	60%		8%
Какой способ разрешения конфликта принят в вашей компании?			
Сотрудничество	48%		80%
Авторитаризм	36%		14%
Соревнование	12%		0%
Компромисс	0%		6%
уход от разрешения конфликта	4%		0%
Как вы считаете, какой стиль общения с руководством принят в Вашей организации?			
Формальный	76%		32%
Неформальный	24%		68%
Как расположен кабинет Вашего начальника?			
он не имеет отдельного кабинета	0%		4%
он имеет отдельный кабинет (политика "открытых дверей")	24%		82%
он имеет кабинет с секретарем	76%		14%
Как доводится до сведения сотрудников большинство распоряжений руководства?			
через внутреннюю систему компьютерной связи (Opera, GuestCentrix, 1С)	10%		96%
через секретаря руководителя	32%		0%
в виде текстовых сообщений	26%		0%
объявляются устно на собраниях	20%		4%
по-другому	12%		0%
Доля сотрудников предприятий, в которых дарят корпоративные подарки	42%		62%
Доля работников, в организациях которых существует четкая выраженная система поощрений и наказаний, с которой знакомят сотрудников при поступлении на работу	28%		44%

Исследование показало, что руководители российского отеля редко обращаются за мнением своего персонала относительно их управленческого стиля. Они уверены в том, что уважение к начальнику является гарантированным из-за его статуса в организационной иерархии и нет необходимости дополнительно стремиться к его получению. В современных российских компаниях система обратной связи между руководителями и подчиненными еще не получила широкого распространения и признания. Это представляет

собой дополнительный резерв, использование которого в нашей корпоративной культуре может принести позитивные изменения. Руководители российского отеля подчеркивают дистанцию власти: они имеют отдельные места в столовых, парковочных зонах, личные кабинеты, секретарей, процедуру записи на прием и так далее. Иногда это устанавливается как организационная политика на всех уровнях управления, и через некоторое время критерии эффективности заменяются критериями принадлежности к должности (то есть твоя должность сама по себе предполагает выполнение определенной задачи). Исходя из результатов опроса, в таком отеле необходимо пересмотреть адресатов привилегий и поощрить нижестоящих сотрудников, на которых напрямую влияет качество работы, а также восстановить систему нематериального стимулирования (доски почета, медали и звания «героев труда») [6, с. 182-184].

Сотрудники, работающие в иностранной гостинице, обладают более глубоким пониманием корпоративной культуры. Это объясняется тем, что иностранная гостиница уделяет больше внимания процессу адаптации к корпоративной культуре, проводя специальные обучающие программы и тренинги, что повышает приверженность менеджеров своей компании. Между тем, большинство руководителей российских компаний только начинают создавать свою корпоративную культуру. На начальных этапах ее формирования им мешает недостаточное знание о технологиях создания и развития корпоративной культуры.

Кроме того, стоит отметить, что в российских компаниях часто отсутствует четкая и прозрачная система оценки сотрудников и возможностей для профессионального роста. Это может вызывать недовольство и неуверенность у сотрудников в своих способностях, что, в свою очередь, может отрицательно сказываться на их уровне осведомленности о корпоративной культуре.

Литература

- 1.Шейн Э. Организационная культура и лидерство. Санкт-Петербург: Питер, 2020. 36 с.
2. Сафаргалиев Э.Р. Значение корпоративной культуры в условиях глобализации и изменения общественных процессов // Регионоведение. 2011. №4 (74). С.197-201.
- 3.Тромпенаарс Ф. 4 типа корпоративной культуры. – Попурри: Астрель, 2019. 13-15 с.
4. Антонова Н.А. Корпоративная культура в организациях сервисной сферы. Иркутск : Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2020. 263 с.
5. Иванова С.Ю. Взаимодействие этнического и общечеловеческого в современной культуре // Вестник Ставроп. гос. ун-та. 2000. № 23. С. 18-25.

6. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры. Санкт Петербург: Питер, 2020. 320 с.