

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретико-методологические аспекты формирования корпоративной культуры на предприятиях гостиничного сервиса	6
1.1 Сущность и понятие корпоративной культуры в гостиничном сервисе	6
1.2. Классификации корпоративной культуры.....	12
1.3. Структура и факторы, влияющие на корпоративную культуру гостиницы	18
Глава 2. Анализ формирования корпоративной культуры гостиницы «Россия».....	26
2.1. Организационно-экономическая характеристика гостиница «Россия ».....	26
2.2. Исследование корпоративной культуры гостиницы «Россия »	38
2.3. Разработка рекомендаций по совершенствованию корпоративной культуры гостиницы «Россия».....	47
Заключение.....	61
Список литературы.....	64

Введение

Актуальность темы данного исследования обусловлена несколькими обстоятельствами:

- во-первых, современные рыночные отношения диктуют гостиничным предприятиям необходимость разработки и внедрения системы ценностей, называемой корпоративной культурой;
- во-вторых, грамотная разработка и реализация корпоративной культуры способствует повышению эффективности работы гостиничного предприятия;
- в-третьих, корпоративная культура позволяет предать гостиничному предприятию собственный, неповторимый облик в глазах клиентов и партнеров, что является достаточно важным фактором его конкурентоспособности в рыночных условиях.

Закономерный интерес первых лет преобразований российского гостиничного бизнеса сводился к проблемам структурной реорганизации и поиску инвестиций. Но постепенно этот интерес дополнился осознанием того, что подлинное реформирование гостиничного предприятия возможно только при условии овладения им новой культурой, предлагающей формирование отличной от прежней системы ценностей.

Совершенствование корпоративной культуры, превращение ее в мощное побуждающее и объединяющее начало может стать одним из рычагов повышения эффективности функционирования корпораций.

Только в последние годы корпоративную культуру стали признавать основным показателем, необходимым для правильного понимания управления гостиницей.

Однако взрыв интереса к этой проблематике не объясняется ее новизной, это свидетельство накопленного понимания основ и закономерностей социальных структур. На Западе давно поняли, что основой жизненного потенциала организации является корпоративная культура: то,