

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА  
имени Ю.А.СЕНКЕВИЧА»

---

Факультет «Туристского сервиса»

Кафедра «Гостиничного дела»

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой  
«Гостиничного дела»  
канд. пед. наук, доцент,  
\_\_\_\_\_ Н.И. Ковалева  
(подпись) (Ф.И.О.)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
(Дипломная работа )

(вид выпускной квалификационной работы)

Тема: «Формирование корпоративной культуры и ее влияние  
на гостиничный сервис»

Выполнил:  
Студент 4 курса СГО1201 группы  
Деметрашвили Нико Давидович  
(Ф.И.О. полностью)  
Специальность  
43.03.11 «Гостиничный сервис»  
(шифр, наименование)

\_\_\_\_\_  
(подпись студента)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Руководитель:  
ст.преподаватель Л.И.Муравьева  
(ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись руководителя)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Москва 2016

## Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы понятия «корпоративная культура предприятия».....	6
1.1. Понятие и сущность корпоративной культуры, ее признаки и функции.....	6
1.2. Механизм формирования корпоративной культуры и методы ее поддержания.....	25
1.3. Влияние корпоративной культуры на гостиничный сервис.....	29
Глава 2. Формирование корпоративной культуры и ее влияние на гостиничный сервис гостиницы «Арена».....	36
2.1. Общая характеристика гостиничного предприятия филиал ФКП «Российская государственная цирковая компания» гостиница «Арена».....	36
2.2. Корпоративная культура в гостинице «Арена» и ее влияние на гостиничный сервис.....	38
2.3. Предложения по совершенствованию формирования корпоративной культуры гостиницы «Арена».....	43
Заключение.....	46
Список литературы.....	48
Приложения.....	50

## **Введение**

Актуальность темы. Современные вызовы глобальной конкуренции XXI в., связанные с переходом ряда стран к постиндустриальному обществу, отличительными чертами которого является информационно-технологическая революция, сопровождаемая изменениями в различных сферах, в том числе культуре, диктуют условия стремительного роста инноваций, стратегического потенциала организации, а также новейших технологий в области качества продукции сервиса, предоставляемого предприятиями. Реальные же факты свидетельствуют о том, что многие предприятия в современных условиях не в состоянии быстро адаптироваться к новым условиям рынка, а, следовательно, не способны эффективно управлять качеством продукции и сервиса, работой персонала, взаимоотношениями с клиентами. В большинстве случаев это обусловлено тем, что предприятия по-прежнему используют советскую систему построения производства и управления персоналом, которая, к сожалению, полностью устарела и не может обеспечивать высокой эффективности как раньше.

Все это обусловило значимость корпоративной культуры современной организации, которая позволяет построить работу организации и ее звеньев в едином направлении, достигая конечной стратегической цели предприятия, а также значительно повысить конкурентоспособность организации.

Потребность в изучении корпоративной культуры объясняется реальной ситуацией на современных российских предприятиях, многие из которых, достигнув экономической стабильности, нуждаются в укреплении и сплочении коллектива, нахождении дополнительных (помимо материальных) способов мотивации работников, в создании благоприятного социально-психологического климата.

Проблематика корпоративной культуры перспективна, поскольку она способна внести позитивный вклад в достижение экономической и социальной эффективности предприятий. Данное направление динамично