

Москва 2013

## Содержание

Введение .....	3
Глава 1. Характеристика корпоративной культуры на предприятиях индустрии туризма .....	6
1.1 Понятие и составляющие корпоративной культуры .....	6
1.2 Основные виды и типы корпоративной культуры.....	10
1.3 Особенности формирования и развития корпоративной культуры на предприятиях индустрии туризма .....	17
Глава 2. Предложения по совершенствованию корпоративной культуры гостиничного предприятия ООО «Царицыно».....	30
2.1 Общая характеристика гостиничного предприятия ООО «Царицыно».	32
2.2. Особенности формирования и развития корпоративной культуры в ООО гостинице «Царицыно».....	39
2.3 Предложения по совершенствованию формирования и развития корпоративной культуры в ООО гостинице «Царицыно».....	50
Заключение.....	64
Список используемых источников.....	66
Приложения	

## Введение

Нет ничего более постоянного, чем перемены. Россия постепенно вступает в постиндустриальную эру, в которую уже вступили развитые капиталистические страны, - эру, которая меняет привычный образ мышления. Новые времена – новые пророки, если сейчас Россия не вскочит на подножку поезда этого нового мира и не поменяет образ мышления, то она так и будет отставать от более развитых стран.<sup>1</sup>

Корпоративная культура, хотя и новое понятие, уже достаточно широко распространена на Западе, даже в России есть неплохие примеры построения грамотной корпоративной культуры (хотя это и достаточно спорный вопрос). В качестве примера можно привести две компании – MarriottHotel и Holidayinn. О правильно сформированной корпоративной культуре много говорят, много пишут и, можно надеяться, что она в скором времени станет стандартом у нас в России.

С помощью сильной корпоративной культуры можно достичь серьезного увеличения рыночной силы компании. Некоторые фирмы находят эти конкурентные преимущества и достигают успеха.

Корпоративная культура – это то, что связывает сотрудников компаниивоедино. То, что заставляет и мотивирует их работать в компании, согласно принятым правилам.

У России есть возможность быть конкурентоспособной на международных рынках, и не только в сырьевых отраслях. Однако для этого

---

1. Василенко С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. – М.: Дашков и К, 2010. – 136с.