

Краткое содержание

Тема выпускной квалификационной работы: МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ГОСТИНИЦЕ (на примере отеля «Hilton Garden inn Moscow New Riga», г. Москва).

Автор: Калмыкова Кристина Васильевна

Руководитель: доктор филос. наук, профессор кафедры туризма и гостиничного сервиса Л.А. Бурняшева

Организация, на базе которой была пройдена практика: Отель «Hilton Garden inn Moscow New Riga» г. Москвы

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что наиболее актуальным вопросом является развитие и совершенствование корпоративной культуры и организационного духа на российских предприятиях гостиничного сервиса. Повышение качества обеспечения моральными и материальными ценностями сотрудников повлечет за собой повышение качества предоставляемых ими услуг, увеличивая, в свою очередь, степень устойчивости предприятия на внутреннем и международном гостиничном рынке. Компании с наиболее развитой корпоративной культурой, занимают высокие позиции на мировом рынке гостиничных услуг. Предприятия гостиничного сервиса превращаются в сообщества со своими ценностями, нормами, принципами и социальной ответственностью. Фундаментальные принципы, ценности и нормы вырабатывают коллективное сознание, устанавливают и регулируют взаимоотношения между сотрудниками и задают основные направления успешного развития организации. Корпоративная культура является ключевым фактором, который определяет успех компании, а также эффективным инструментом управления.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка направлений и мероприятий по совершенствованию корпоративной культуры и организационного духа гостиницы «Hilton Garden Inn Moscow New Riga» для

повышения ее роли в системе управления предприятием гостиничного сервиса на основе исследования прогрессивного зарубежного и отечественного опыта.

Для реализации данной цели в рамках выпускного квалификационного исследования были поставлены следующие **задачи**:

- рассмотреть сущность понятия «корпоративная культура», выделить составляющие ее элементы и уровни;
- изучить методiku формирования корпоративной культуры, ее основные типы и элементы;
- определить тенденции развития корпоративной культуры на основе современных зарубежных гостиниц;
- сделать анализ уровня развития корпоративной культуры в гостинице «Hilton Garden Inn Moscow New Riga»;
- проанализировать проблемы и перспективы развития корпоративной культуры в гостинице «Hilton Garden Inn Moscow New Riga»;
- разработать мероприятия по улучшению уровня корпоративной культуры в гостинице «Hilton Garden Inn Moscow New Riga».

Теоретическая значимость заключается в возможности использования результатов исследования при разработке учебных программ по дисциплине «Эффективное управление гостиничным предприятием», «Менеджмент в индустрии гостеприимства». Она развивает и систематизирует систему взглядов на корпоративную культуру предприятий гостиничного сервиса.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что основные результаты проведенного исследования могут быть использованы в качестве положений для совершенствования системы управления и развития корпоративной культуры гостиницы «Hilton Garden Inn Moscow New Riga», а также других российских предприятий гостиничного сервиса.

Основные результаты исследования:

Все специалисты-практики подчеркивают высокую значимость корпоративной культуры, как эффективного инструмента управления компанией; исследователи проблемы, как теоретики, так и практики, отмечают устойчивую связь между успешностью компаний и степенью развитости их корпоративных культур. Все большее число руководителей компаний сегодня приходят к выводу о необходимости целенаправленного формирования корпоративной культуры организации. Ведь в любой компании, какую бы нишу на рынке она ни занимала и сколь бы большой она ни была, ключевое значение для успешной деятельности имеет коллектив, его ценности и идеалы. Именно команда определяет все, что собой представляет организация. Поэтому формирование корпоративной культуры позволяет компании двигаться в одном направлении как единому целому. Корпоративная культура компании дает возможность достижения поставленных ранее стратегических целей и актуальных задач, является основой сплоченности всего коллектива. Именно корпоративная культура является той «изюминкой», которая обуславливает различие между компаниями и приносит успех в конкурентной борьбе. Корпоративная культура стимулирует работников создавать положительный имидж корпорации, направляет ежедневную деятельность на достижение не только материальных, но и духовных целей, которые необходимы для функционирования во внешнем окружении.

Рекомендации:

На основании сопоставления существующих элементов, стандартов корпоративной культуры гостиницы «Hilton Garden Inn Moscow New Riga» и по данным проведенного опроса автором работы было предложено следующее:

1. Привлекать сотрудников к участию в управлении (дать им возможность вносить свои предложения в управление организацией, получая, в свою очередь, новую информацию о жизнедеятельности гостиничного предприятия – эффект обратной связи).

2. Привлекать новые кадры, формировать «молодую» команду, давая им возможность карьерного роста и повышения профессионального уровня.

3. Разработать свою программу мотивации для каждого подразделения.

4. Информировать коллектив гостиницы о мероприятиях, проходящих в других гостиницах сети «Hilton Worldwide».

4. Организовывать корпоративные мероприятия как в целом на предприятии, так и в отдельно взятом структурном подразделении.

5. Разработать систему скидок для сотрудников, семей сотрудников на проживание в других гостиницах сети.

Полагаем, что предложенные нами в данном исследовании рекомендации позволят значительно повысить эффективность деятельности отеля «Hilton Garden Inn Moscow New Riga». Технологии могут быть использованы в качестве стандарта работы персонала, соблюдение которого позволит предоставлять высококлассный уровень сервиса и поддерживать лояльность гостей, добиваясь быстрого и эффективного решения всех вопросов и проблем.