

БОГДАНОВА Т.А.

**ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ
ГОСТИНИЦЫ В ГЕРМАНИИ**

Иркутский государственный университет, Россия

Для любого гостиничного предприятия важно, чтобы трудовой коллектив являлся единым целым и стремился к выполнению общих целей. В последнее время нельзя недооценивать корпоративную культуру и ее влияние на работу всего гостиничного персонала. Во многих гостиницах для персонала их руководитель – не более чем начальник, платящий заработную плату и требующий исполнения стандартных обязанностей. Часто сотрудники не чувствуют себя частью работающего механизма предоставления гостиничных услуг, а стремятся занять место другого, например, менеджера или горничной, или поскорее получить надбавку к зарплате, выполняя свою работу некачественно, но быстро. Таких случаев, к сожалению, достаточно, чтобы задуматься, каким образом корпоративная культура может оказывать влияние на цели, которые ставит перед собой гостиничное предприятие, и как она воздействует на трудовой коллектив.

Для того чтобы понять, каким образом формирование корпоративной культуры влияет на развитие гостиничного предприятия, нужно дать определение понятия «корпоративная культура». Корпоративная культура – это, прежде всего набор базовых ценностей, убеждений, негласных соглашений и норм, разделяемых всеми членами организации, а также общая атмосфера и преобладающие обычаи и нравы. Процесс формирования корпоративной культуры охватывает все уровни управления гостиничным предприятием, а его участниками является весь трудовой коллектив [3].

Ключевые корпоративные ценности объединяют этические стандарты персонала гостиницы. У каждого гостиничного предприятия есть этические стандарты – честность персонала и соблюдение им действующего законодательства, а также внутренних распорядительных документов и регламентов гостиницы. В наиболее общей форме ключевые корпоративные ценности могут найти письменное закрепление в корпоративном кодексе персонала гостиницы.

Важным шагом к созданию «идеального» трудового коллектива является, несомненно, корпоративное обучение. На этом этапе необходимо сделать так, чтобы сотрудник почувствовал неподдельный интерес к своей работе, и продемонстрировать, что руководство отеля действительно поддерживает и разделяет стремление человека к профессиональному росту и развитию.

Кроме этого, важно позаботиться о создании микроклимата в коллективе. Одной из важных составляющих в этом смысле является выстраивание правильных отношений между сотрудником и руководителем, будь то топ-менеджер отеля или его владелец [5].

В Германии, как известно, хорошо развит гостиничный бизнес. За 2016 год средняя загрузка отелей составила в конечном итоге 70,2%, т.е. на

1.7% больше, чем за 2015 год. Среди крупных городов Германии с высокой загрузкой выделились следующие: Гамбург (79,1%), Берлин (76,4%), Мюнхен (75,1%), Кельн (68,0%), Ганновер (61,9%) и Дрезден (60,4%) [1].

Для примера того, как должно происходить формирование корпоративной культуры, был взят отель «Берлин Марриотт», расположенный в нескольких минутах ходьбы от исторического центра столицы Германии. Многолетний девиз всей компании Марриотт: «Чем лучше компания будет относиться к своим сотрудникам, тем лучше сотрудники будут относиться к клиентам». Действительно, компания очень внимательно относится к корпоративной культуре в своих гостиницах. Для создания идеального, сплоченного коллектива, способного работать в гостиницах при высокой загрузке, как в большинстве крупных городах Германии, требуется немало усилий. Компания Марриотт подходит к этому таким образом: при принятии новых сотрудников на работу они не только проходят 3-х дневное обучение, где им дают ознакомиться с историей компании, основами корпоративной культуры и т.д., но и после обучения, уже на рабочих местах их постоянно учат новому. Например, обслуживающий персонал может изучать стресс-менеджмент, или менеджеры могут свободно обучаться искусству вести телефонные переговоры. [2]

Особенности деловой этики в Германии следующие. В любой стране есть свои особенности деловой этики, поэтому при деловых переговорах представителей из разных стран зачастую возникают некоторые сложности, которые важно преодолевать. В немецкой культуре высоко ценится профессионализм, самодисциплина и самоконтроль. Большую роль играют также пунктуальность и свойственный немцам педантизм, который прочно закрепился за представителями данной страны. В идеальном рабочем коллективе немцами соблюдаются все нормы этики, все правила точно определены и документированы. Члены коллектива относятся друг к другу с подчеркнутой вежливостью, доверием. [4]

Учитывая особенности деловой этики в Германии и подход компании «Марриотт» к корпоративной культуре и ее старания создавать в своих гостиницах сплоченный коллектив с дружелюбной атмосферой и желанием трудиться, можно сделать вывод, что в пятизвездочном отеле «Берлин Марриотт» высокий уровень развития корпоративной культуры.

В заключении следует, что ответом на главный вопрос является то, что корпоративная культура прямым образом влияет на имидж гостиницы. На примере успеха гостиничной сети отелей «Марриотт» не только в Германии, но и по всему миру, можно сказать, что она действительно дает результаты, поэтому ее формирование и развитие крайне важно для гостиничного бизнеса в целом.

Высокое развитие корпоративной культуры для российского гостиничного хозяйства также возможно, для этого необходимо желание в каждой гостинице создать сплоченный трудовой коллектив, разработать систему обучения основам корпоративной этики, проводить тренинги и занятия; руководителям больше внимания уделять созданию микроклимата в коллективе, поддержанию теплой атмосферы, строящейся на доброжелательном отношении и взаимовыручке сотрудников.

Список литературы

1. Ausblick Hotelmarkt 2016 / LB ImpWert [Электронный ресурс]. URL: - http://typo3.p201486.webspaceconfig.de/fileadmin/redaktion/dokumente_downloads/BRD_Hotel_LBIW_2016.pdf.
2. Berlin Marriott Hotel 2017 [Электронный ресурс] <http://www.marriott.com/hotels/travel/bermc-berlin-marriott-hotel>.
3. Гостиничный менеджмент: учеб. пособие / Ред. А.А.Федулина. - М. : КНОРУС, 2016. - 426 с.
4. Молендор О. Особенности деловой немецкой культуры [Электронный ресурс]. - URL: - <http://karriere.rusverlag.de/2009/11/23/osobennosti-delovoy-nemetskoj-kulturi/>
5. Успешный отель: команда решает все // Современный отель. - 2015 г. - №4(84) [Электронный ресурс]. URL: - <http://www.hotelexecutive.ru/article.php?numn=11037>.