

Реферат магистерской диссертации

Тема магистерской диссертации: Корпоративная культура как инструмент повышения эффективности деятельности российских туристских компаний на международном рынке туристских услуг (на примере туристской компании «Караван 2000» г. Нальчик).

Автор магистерской диссертации: Палмян Диана Хасанбиевна.

Научные руководители магистерской диссертации: Е.Н. Гончарова и Л.Г. Давыденко.

Сведения об организации-заказчике: туристская компания «Караван 2000» г. Нальчика.

Актуальность темы исследования: Актуальность выбранной темы заключается в том, что в условиях жесткой конкуренции в сфере туризма существует необходимость повышения эффективности функционирования туристской организации за счет формирования сильной и успешной корпоративной культуры, которая включает корпоративные ценности. Гибкость, стабильность и способность адаптироваться к кризисным ситуациям как сотрудников, так и всей организации, зависят от корпоративных ценностей. Более того, туристские компании должны соответствовать международным стандартам, что подразумевает введение английского языка как *lingua franca* в учебный план средне-специальных и высших учебных заведений, готовящих специалистов для работы в сфере туризма.

Цель работы: разработать рекомендации, способствующие повышению уровня корпоративной культуры туристского предприятия для обеспечения эффективности его деятельности.

Задачи диссертационного исследования следующие:

- раскрыть понятие корпоративной культуры на предприятиях индустрии туризма и выявить особенности ее развития на международном рынке туристских услуг;

- выявить основные корпоративные ценности, существующие на туристском предприятии «Караван 2000» и провести анализ самоидентификации сотрудников туристской организации «Караван 2000» с данными ценностями;
- рассмотреть вопросы о взаимоотношении глобальной культуры и английского языка как *lingua franca*;
- рассмотреть функционирование английского языка как *lingua franca* в сфере туризма.

Гипотеза: Одним из составляющих элементов эффективного функционирования туристского предприятия является процесс успешного формирования, культивирования и самоидентификации корпоративных ценностей каждым сотрудником.

Научная новизна состоит в формулировке собственного определения корпоративной культуры, разработке рекомендаций по совершенствованию корпоративной культуры для туристской компании "Караван 2000", разработке системы ценностей для данного предприятия, и представлении английского языка в качестве важной составляющей корпоративной культуры компании.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. На международном рынке туристских услуг корпоративная культура на туристских предприятиях строится по типу «большой семьи». Это повышает возможность мотивации и вовлекает сотрудников в общее дело.
2. Корпоративные ценности поддерживают жизнеспособность организации и способствуют его успешному развитию, формируют специфику поведения, как рабочего персонала, так и руководства. Корпоративными ценностями турагентства «Караван 2000» являются качество услуг, ответственность, исполнительность, работа в команде, развитие, технологичность, защита окружающей среды, новаторство.
3. Сотрудники туристского агентства «Караван 2000» недостаточно самоидентифицируют себя с установленными в нем корпоративными ценностями, ориентируясь на свои личные ценностные установки

(справедливость, уважение, наличие хороших и верных друзей, стремление к повышению личного должностного статуса).

4. Английский язык как *lingua franca* формирует глобальную культуру, требованиям которой обязаны соответствовать туристские компании, работающие на международном уровне.
5. Английский как *lingua franca* используется в межкультурной коммуникации в качестве средства преодоления межъязыковых барьеров и выступает не столько в репрезентативной функции, сколько в коммуникативной.
6. Английский язык как *lingua franca* имеет ряд особенностей. Эти особенности представлены в прагматическом аспекте, в грамматике, лексике и фонетике, а также в лексико-грамматическом аспекте.

Теоретическая и практическая значимость исследования:

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в расширении понятия корпоративной культуры туристских предприятий, обобщении различных знаний и мирового опыта по ее формированию и представлению английского языка в функции *lingua franca* в качестве одного из компонентов корпоративной культуры туристских предприятий и критерия развития организации, ее выхода на международный уровень. Данная работа обеспечивает практическую значимость, которая выражается в повышении конкурентоспособности туристских компаний на международном рынке путем создания сильной и эффективной корпоративной культуры, а также с помощью введения корпоративных ценностей, общих для персонала, и путем использования английского языка в качестве необходимого условия для успешной деятельности компании.

Результаты исследования:

1. Учитывая мнения различных ученых, мы определяем корпоративную культуру как единую систему, состоящую из трех взаимосвязанных уровней: артефакты, базовые представления человека о мире, ценности и убеждения, которые разделяются членами организации и формируют общую для них,

уникальную психологию, помогающую справляться с проблемами внешней адаптации и внутренней интеграции.

2. Повышение уровня корпоративной культуры в туристской организации «Караван 2000» необходимо производить с помощью трансляции корпоративных ценностей сотрудникам организации, устранения текучести кадров, точного распределения нагрузки, повышения сплоченности коллектива, своевременного информирования коллектива о деятельности организации, переоценки ценностей.
3. Английский язык как *lingua franca* формирует глобальную культуру и должен рассматриваться как новый английский, адаптированный к современным требованиям глобализирующегося мира. Английский как *lingua franca* должен быть введен как особый предмет наряду с классическим английским языком в учебный план подготовки специалистов сферы туризма, где, в одном случае, английский может выступать как родной язык, а в другом – как общепринятый международный язык.

Рекомендации:

1. Мы предлагаем туристской компании «Караван 2000» систему корпоративных ценностей, которая будет включать такие ценности, как культура отношений, уважение, исполнительность (дисциплинированность), ответственность, высокое качество и удовлетворение потребностей клиента, инновационность и глобальность. Мы уверены, что утверждение и внедрение данных корпоративных ценностей будут способствовать развитию сильной и успешной корпоративной культуры.
2. Мы считаем, что, так как данная фирма работает на международном уровне, ее сотрудникам необходимо знание английского языка в функции *lingua franca* для обеспечения эффективной коммуникации с клиентами и партнерами. Знание традиционного английского и английского как *lingua franca* является очень важным аспектом для сотрудников туристских предприятий, работающих на международном уровне. Мы рекомендуем

организовать курсы английского языка как *lingua franca* для сотрудников организации.