

CORPORATE CULTURE AND IMAGE OF THE HOTEL (КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ІМІДЖ ГОТЕЛЮ)

Туриця К.С., гр. ГРС-33

Науковий керівник – канд. філол. наук, доц. **Удовенко І.В.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

У цьому дослідженні йдеться про те, що корпоративна культура готельного підприємства безпосередньо впливає на конкурентоспроможність. Корпоративна культура – це інструмент досягнення стратегічних цілей готелю, орієнтованих на перспективу, а корпоративний імідж – це представлення готельного підприємства гостям, які його відвідують.

Corporate culture is the ideas, views, core values, which are used in the activity members of the organization. Corporate culture determines the style, demeanor and communication personnel with clients as well as the activity of employees.

Due to the corporate culture, the hotel enterprise is a success, it becomes more competitive and efficient.

Any company committed to a positive image to attract new guests and partners, improve market competitiveness, accelerating sales and increasing their volume. The image is a kind of an instrument to achieve the strategic goals and objectives of the hotel enterprise.

The staff in the hospitality industry is one of the most important tools for the competitiveness of enterprises, so the quality of service depends on the goodwill and skill employees. Unconditional fulfillment of the desires and needs of the client is also a key to success. Proper management of people is becoming a priority for the organization of hospitality.