

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/198809>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Корпоративная культура

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И МЕТОДОВ ЕЕ ПОДДЕРЖАНИЯ 5

1.1 Понятие и моделирование процесса формирования и развития корпоративной культуры 5

1.2 Определение состава элементного обеспечения и разработка механизма формирования и развития корпоративной культуры 12

2 ОЦЕНКА УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И МЕТОДЫ ЕЕ ПОДДЕРЖАНИЯ В КОМПАНИИ ООО «КЛАССИК ТРЭВЕЛ» 22

2.1 Анализ эффективности развития корпоративной культуры и методов ее поддержания в компании ООО «Классик Трэвел» 22

2.2 Разработка практических рекомендаций по совершенствованию корпоративной культуры ООО «Классик Трэвел» 33

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 44

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 47

ПРИЛОЖЕНИЕ 49

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования заключается в том, что корпоративная культура в настоящее время позволяет придать организации свой неповторимый, уникальный облик в глазах партнеров и клиентов, и это является в достаточной степени важным фактором конкурентоспособности компании в рыночных условиях. Грамотно сформированная корпоративная культура содействует повышению эффективности работы организации. Несмотря на то, что изучаемая тема достаточно исследована, имеются некоторые проблемы, которые объясняют трудности формирования корпоративной культуры.

Таким образом, тема курсовой работы является актуальной и востребованной.

Степень разработанности темы. Теоретические аспекты исследования корпоративной культуры развивались в трудах зарубежных и российских учёных. В частности, понятие «корпоративная культура», его идентификация и разграничение с понятием «организационная культура», а также подходы к классификации занимают центральное место в научно-исследовательских и учебно-методических работах В.А. Спивака, Г.Л. Хаета, М.В. Рыбаковой, Н.Н. Могутновой, О.В. Устиновой, О.Г. Тихомировой, О.Л. Еськова, С.А. Баркова, С.А. Шапиро, Т.О. Соломандиной, Ю.Г. Семёнова, Ю.Д. Красовского, Ю.И. Саратовцева, Э. Шейна, Т. Дила и А. Кеннеди, Г. Хофстеда, М. Бурке, К. Камерона и Р. Куинна. Методологические вопросы исследования корпоративной культуры представлены в трудах Д. Дэнисона, Г. Хофстеде, К. Камерона и Р. Куинна, Р. Кука и Дж. Лафферти, С. Гласера и С. Заманоу, И.Д. Ладанова, Л.С. Савченко, Н.В. Левкина, О.Е. Стекловой и других ученых.

Целью работы является разработка практических рекомендаций по совершенствованию корпоративной культуры ООО «Классик Трэвел».

Достижение поставленной цели подразумевает ряд задач, планомерное решение которых поможет в детальном изучении и раскрытии темы работы:

- изучить понятие и моделирование процесса формирования и развития корпоративной культуры;
- определить состав элементного обеспечения и разработка механизма формирования и развития корпоративной культуры;
- провести анализ эффективности развития корпоративной культуры и методов ее поддержания в компании ООО «Классик Трэвел»;
- разработать практические рекомендации по совершенствованию корпоративной культуры ООО «Классик

Трэвел».

Объектом исследования выступает корпоративная культура ООО «Классик Трэвел».

Предметом исследования выступают условия развития корпоративной культуры и методы ее поддержания на примере ООО «Классик Трэвел».

Теоретическо-методологической основой работы выступают труды зарубежных авторов, основоположники целенаправленного изучения корпоративной культуры, труды которых стали первыми исследованиями в этом вопросе.

Методы научного анализа, применяемые в работе, – восхождение от абстрактного к конкретному, социологический инструментарий (структурированное интервью, включенное наблюдение, вторичный анализ).

Структура данной работы соответствует цели исследования и определена его задачами. Работа состоит из введения; двух разделов, по два подраздела в каждом; заключения и списка использованных источников и литературы, включающего в себя 20 наименований, 3 приложений. Общий объем работы – 49 страниц.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И МЕТОДОВ ЕЕ ПОДДЕРЖАНИЯ

1.1 Понятие и моделирование процесса формирования и развития корпоративной культуры

Понятие «культура» возникло от латинского «cultura», то есть возделывание, воспитание, образование, развитие.

Советский энциклопедический словарь определяет культуру как исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях.

Культура – понятие коллективное, то есть культура представляет собой нечто общее для какой-либо группы людей, связанных определенной социальной организацией. Поэтому целесообразно рассмотреть корпоративную культуру.

В современной литературе существует довольно много определений понятия корпоративной культуры. Как и многие другие понятия организационно-управленческих дисциплин, концепция корпоративной культуры не имеет единственно верного толкования, каждый из авторов видит корпоративную культуру в своем понимании [3].

Выделим среди проанализированных нами определений корпоративной культуры три основные группы, рассматривающие данный феномен:

в психологическом аспекте:

□ это совокупность основных побуждений, сформированных самостоятельно, усвоенных или разработанных определенной группой по мере того, как она учится разрешать проблемы адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые оказались достаточно эффективными для того чтобы считаться ценными. А потому передаваться новым членам в качестве правильного образа восприятия, мышления и отношения к конкретным проблемам;

□ это система общих ценностей, традиций, убеждений, символов, формальных и неформальных норм и правил поведения членов организации, их взаимодействия друг с другом и окружением, передающихся из поколения в поколение;

□ это модель ценностей, убеждений, установок и допущений, которые, возможно, не выражены словами, но формируют то, как люди себя ведут, как они действуют.

в социальном аспекте:

□ это сложная композиция базовых предположений, бездоказательно принимаемых и разделяемых членами группы или организации;

□ это связующий элемент в отношениях людей, групп и компаний и позволяет, прежде всего, делить их на своих и чужих. Если человек находится в чуждой организационной культуре, его деятельность будет сковываться, тормозиться. Если же корпоративная культура соответствует ему, то деятельность человека будет приятнее и продуктивнее;

□ это система разделяемых трудовым коллективом ценностей, убеждений, верований, норм, традиций, которые определяют соответствующий стереотип поведения людей в сфере трудовой деятельности [15].

в управленческом аспекте:

□ это упорядоченная совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей. Эта совокупность может быть явной, то есть зафиксированной в форме каких-либо документов и неявной, отраженной в сознании человека и опирающейся на традиции, веру, договоренности;

□ это сформированная на протяжении всей истории предприятия совокупность приемов и правил адаптации организации к требованиям внешней среды и формирования внутренних отношений между группами работающих;

□ это совокупность внутриорганизационных принципов и правил взаимоотношений работников, система ценностей и убеждений, воспринимаемых всеми добровольно или в процессе воспитания персонала [1]. В исследованиях корпоративной культуры важное место отводится изучению понятия, структуры, принципов и условий, способствующих ее развитию.

Термин «корпоративная культура» охватывает большую часть явлений духовной и материальной жизни коллектива организации: доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, манера одеваться и стандарты качества выпускаемого продукта и т.д. [15].

Часто понятие «корпоративная культура» отождествляют с понятием «культура организации», «организационная культура», «культура предпринимательства» и др. [13].

Концепция корпоративной культуры была разработана в начале 1980-х гг. в США под влиянием исследований в области стратегического управления, теории организации и индивидуального поведения. Во многих исследованиях отмечается, что вплоть до начала 80-х годов ученые не уделяли особого внимания концепции корпоративной культуры.

Действительно, в работах ученых и специалистов конца 70-х годов: М. Портер, П. Друкер, Г. Минцберг социально-культурным фактам мало уделяли внимания. Все начинает меняться к 90-м годам, когда оказалось, что самые преуспевшие фирмы США и Великобритании не обладают должной культурой внутри организации для победы в конкурентной борьбе [12].

В настоящее время существует два подхода к пониманию корпоративной культуры.

Первый подход рассматривает корпоративную культуру как атрибут организации (предполагается возможность влиять на ее формирование). Этот подход можно условно назвать «рационально-прагматическим».

В основе данного подхода лежат положения, разработанные Е. Шейном. Корпоративная культура, согласно Шейну, есть интегрированный набор базовых представлений, которые данная группа приобрела в результате попыток решения проблем. По мнению американского исследователя Е. Шейна, лидеры – основные авторы изменения культуры. Именно лидер дает импульс утверждению и реализации тех или иных типов деятельности, образуя видения ситуации и действия в ней, способов сокращения неопределенности и уменьшения беспокойства [4].

Второй – трактует корпоративную культуру как обозначение самой сути организации (то есть это не свойство, которым обладает организация, а то, чем она по существу является). Этот подход чаще всего ассоциируется с феноменологическим подходом. Сторонники феноменологического подхода – А. Петтигрю, М. Луи и С. Роббинс – прямое управление корпоративной культурой считают невозможным. Культура не поддается произвольному манипулированию со стороны руководства, а сама определяет стиль и характер лидерства. Трансформация корпоративной культуры – длительный процесс, влияние на который всегда носит опосредованный характер и требует от руководства организации достаточно глубокой рефлексии по поводу особенностей своей организации, ее истории [9].

Проанализировав данные подходы и сопоставив эти, на первый взгляд, противоположные точки зрения, можно сделать вывод о том, что создание и развитие корпоративной культуры – довольно сложный и длительный процесс, на который в равной степени оказывают влияние как черты национальной культуры (в том числе деловой), так и личностные характеристики руководителя.

Корпоративная культура обладает рядом отличительных черт, которые выделяют данную организацию среди остальных и являются, как правило, продуктом исторического развития организации. Этими специфическими чертами являются традиции, язык (сленг), лозунги, обычаи, – все то, что способствует передаче культурных ценностей, убеждений, норм данного предприятия [16].

Корпоративная культура – это сложная и многофункциональная система, поэтому анализировать ее следует по совокупности функций, которые она выполняет или способна выполнять. Значимость функций может меняться в зависимости от типа организационной культуры, её целей, этапа развития, влияния параметров внешней среды [2].

В работах отечественных и зарубежных специалистов мы можем встретить множество классификации функций корпоративной культуры.

Основными функциями культуры в организации выступают:

Охранная функция, которая состоит в охране организации от нежелательных внешних воздействий.

Интегрирующая функция, формирующая чувство принадлежности к организации, гордости за нее, стремления посторонних лиц включиться в нее. Это облегчает решение кадровых проблем.

Регулирующая функция, которая поддерживает необходимые правила и нормы поведения членов организации, их взаимоотношений, контактов с внешним миром, что является гарантией ее стабильности, уменьшает возможность нежелательных конфликтов.

Адаптивная функция, облегчающая взаимное приспособление людей друг к другу и к организации. Она реализуется через общие нормы поведения, ритуалы, обряды, с помощью которых осуществляется также воспитание сотрудников.

Ориентирующая функция культуры, которая направляет деятельность организации и ее участников в необходимое русло.

Для наиболее полного понимания сущности корпоративной культуры необходимо изучить структуру культуры организации [7].

Представитель рационально-прагматического подхода Э.Шейн, исследуя структуру корпоративной культуры, указывает три ее уровня: поверхностный, внутренний и глубинный. Знание об организационной культуре начинается с поверхностного уровня, заключающегося в знании о услугах или продукции, которые предоставляет организация, оформление и вид производственных помещений, технологии, которые использует организация при производстве продукции или услуг, поведение работников, лозунги и т.д. То есть поверхностный уровень отражает внешние организационные характеристики.

Следующий уровень корпоративной культуры – внутренний. Этот уровень можно исследовать при изучении верований и ценностей членов организации, того, в какой степени эти ценности проявляются в языке и символах. Часто исследователи заканчивают изучение организационной культуры на этом уровне, потому что на следующем возникают почти непреодолимые трудности.

Третий, глубинный уровень охватывает основополагающие предположения, которые трудно понять даже самим членам организации без особого внимания на данном вопросе. Среди этих принимаемых на веру латентных предположений, руководящих поведением людей в организации, Шейн указывал на общее отношение к человеку и работе, отношение к бытию в целом, восприятие пространства и времени [15].

Другие исследователи представляют более дробное строение корпоративной культуры, выделяя ее следующие составляющие:

Мировоззрение - представления людей о природе человека и общества, об окружающем мире, руководящие поведением членов организации и назначающие вид их отношений с другим персоналом, конкурентами, клиентами и т.д.

Организационные ценности, т.е. явления и предметы организационной жизни, особенно значимые, важные для духовной жизни работников.

Стили поведения, описывающие работников отдельной организации. К ним относятся особые церемонии и ритуалы, символы, которые обладают отличительными чертами именно для членов данной организации, а также язык, используемый при общении [17].

Нормы - совокупность неформальных и формальных условий, данным организацией своему персоналу. Они направлены на развитие и сохранение функций и структуры организации.

Психологический климат в организации – та духовная атмосфера, которая устанавливает отношения членов коллектива к труду и друг к другу.

1. Антипин, Д.А. Влияние конфуцианства на развитие корпоративной культуры в Китае [Текст] / Антипин Д.А. // Современные научные исследования и инновации. - 2021. - № 1.
2. Архипова, И.С. Формирование корпоративной культуры в области информационной безопасности [Текст] / Архипова И.С., Пантелеймонова Д.Ю. // Современные научные исследования и инновации. - 2017. - № 4.
3. Бехар, Г. Дело не в кофе. Корпоративная культура Starbucks [Текст] / Г. Бехар. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 186 с.
4. Григорьева, И.С. Корпоративная культура организации в зеркале рекрутинга [Текст] / Григорьева И.С. // Управление корпоративной культурой. — 2021. — No1.
5. Денисон, Д. Организационная культура и эффективность Российский контекст [Текст] / Денисон Д., Фей К. // Вопросы экономики. - 2019. - №4. - С. 58-74.
6. Дронова, Е.А. Как организовать труд сотрудников, чтобы повысилась мотивация [Текст] / Дронова Е.А. // Современные научные исследования и инновации. - 2017. - № 6.

7. Жалило, Б. «Операция на душе» – изменение корпоративной культуры компании [Текст] / Жалило Б. // Управление персоналом. - 2017. - №1. - С. 15–23.
8. Иванова, С. В. Стимулирующий эффект корпоративной культуры [Текст] / Иванова, С. В. // Справочник кадровика. - 2019. - №11. - С. 105.
9. Капаева, Д.В. Совершенствование корпоративной культуры организации посредством вовлечения персонала в инновационную деятельность [Текст] / Капаева Д.В. // Современные научные исследования и инновации. - 2017. - № 6.
10. Ларичева, Е.А. Сравнительный анализ корпоративной, инновационной культуры и культуры производства [Текст] / Ларичева Е.А. // Менеджмент в России и за рубежом. - 2018. - №5. - С. 23–27.
11. Логвинская, Д.Е. Оценка эффективности корпоративной культуры в учреждении банковской сферы [Текст] / Логвинская Д.Е., Трущенко Е.Ю., Стрельцова А.В., Чаусов Н.Ю. // Современные научные исследования и инновации. - 2019. - № 12.
12. Макеев, В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации / В.А. Макеев. - М.: Ленанд, 2017. - 248 с.
13. Огородникова, Ю.В. Лояльность работников как основа достижения лидерских позиций компании [Текст] / Огородникова Ю.В. // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2019.
14. Патутина, Н.А. Формирование организационной культуры корпорации: рассуждения о мотивации, социализации и воспитании [Текст] / Патутина Н.А. // Управление корпоративной культурой. — 2021. — No1. — С.46-50.
15. Пономарева, Е.В. Как повысить стратегическую устойчивость компании за счет взаимодействия отделов маркетинга и HR [Текст] / Пономарева Е.В., Камалова Ю.С. // Управление корпоративной культурой. — 2021. — No1. — С.2-10.
16. Середа, А.Ю. Бизнес-антропология как проекция культурной антропологии [Текст] / Середа А.Ю., Пятилетова Л.В. // Современные научные исследования и инновации. - 2018.- № 3.
17. Слуцкий, И. Корпоративная культура создается единомышленниками [Текст] / Слуцкий И. // Справочник по управлению персоналом. - 2017. - №10. - С. 98–101.
18. Шелякина, А. В. Корпоративная культура организации [Текст] / А. В. Шелякина // Молодой ученый. - 2018. - 14 (200). - С. 206-209.
19. Юткина, Ю. Выбирайте «культурную корпорацию» [Текст] / Юткина Ю. // Личные деньги. - 2017. - №7. - С. 17–20.
20. ООО «Классик Трэвел»: [Электронный ресурс]. URL: [http:// classictravel.ru](http://classictravel.ru) (дата обращения: 19.11.2021).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/198809>