

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/gotovyе->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Менеджмент в организации

Введение 3

Глава I. Корпоративная культура как объект управления кадровым направлением деятельности современной организации 6

1.1. Понятие корпоративной культуры и основные подходы к ней 6

1.2. Содержание корпоративной культуры 11

1.3. Управленческая и корпоративная культура в современной России 19

Глава II. Анализ внутрикорпоративной среды ресторана «Империя» 25

2.1. Характеристика деятельности ресторана «Империя» 25

2.2. Структура управления ресторана «Империя» 30

2.3. Содержание организационной среды и показатели корпоративной культуры ресторана «Империя» 44

Глава III. Предложения по совершенствованию корпоративной культуры ресторана «Империя» 49

3.1. Принципы внутрикорпоративных отношений для укрепления корпоративной культуры ресторана «Империя» 49

3.2. Разработка системы профессионально-квалификационного продвижения работников на основе корпоративной культуры ресторана «Империя» 55

3.3. Оценка эффективности предложенных мероприятий по улучшению корпоративной культуры ресторана «Империя» 65

Заключение 69

Список использованной литературы 73

Введение

Актуальность темы работы. Вопросы формирования корпоративной культуры являются достаточно актуальными в условиях всевозрастающей рыночной конкуренции и требующей детальной проработки темы. Особое значение корпоративная культура имеет для торговых предприятий, имеющих широкую розничную сеть с территорией охвата нескольких регионов. Ведение такого бизнеса подразумевает под собой не только успешную экономическую деятельность бренда, но и наличие особой и идентичной корпоративной культуры в каждом отдельно взятом предприятии.

Организационная культура к настоящему моменту достаточно изучена зарубежными учеными, однако в силу национальных особенностей российского менталитета, который развивается в собственном русле, организационная культура российских предприятий заслуживает собственного анализа.

Человеческий капитал рассматривают как экономическую категорию, которая характеризует совокупность сформированных и развитых вследствие инвестиций продуктивных способностей, личных черт и мотиваций индивида, что пребывают в их собственности, используются в экономической деятельности, способствуют росту производительности труда.

Создается корпоративная культура под влиянием направленных (целенаправленные действия рядовых работников и руководства) и стихийных факторов (внешняя среда). Как правило, на практике достаточно редко руководители сталкиваются с возможностью формирования новой корпоративной культуры. Тем не менее, это возможно при условии, если предприятие только начинает свое функционирование.

В условиях высокой конкуренции, достижение главной цели бизнеса - получение прибыли, зависит как от лояльности сотрудников к своей организации, так и от численности лояльных клиентов, которые обеспечивают организации прибыль. Жесткая конкуренция стимулирует процесс увеличения ассортимента товаров. В современных рыночных условиях клиент покупает не только услугу, но и хорошие отношения с ее продавцом. Именно поэтому существенным фактором выбора торгового предприятия при прочих равных условиях является уровень корпоративной культуры.

Руководители всё чаще обращают внимание на внутренние процессы предприятия, связанные с формированием корпоративной культуры, которая оказывает существенное влияние на повышения

эффективности и полноты достижения финансовых целей деятельности предприятия. В связи с чем вопросы совершенствования корпоративной культуры являются достаточно актуальными.

Степень разработанности темы. Исследованием корпоративной культуры в разное время занимались следующие авторы: А.Я. Кибанов, Ю.Г. Одегов, О.С. Виханский, А.И. Наумов, Э.Шейн, В.А. Спивак, ТИ.В. Грошев, Э.А. Шейнин, Т.О. Соломанидина, В.В. Козлов, О.Е. Стеклова, Г.М.А. Дмитриева, В. М. Снетков, Н.В. Фёдоров, И.И. Мазур, В.Д. Шапиро и др. Во всех исследованиях отмечается, что корпоративная культура включает в себя корпоративные ценности, систему отношений, складывающихся в ходе профессиональной деятельности, и поведенческие нормы, разделяемые ее сотрудниками. Корпоративная культура - это не только имидж предприятия, но и эффективный инструмент стратегического развития системы продаж. Ее формирование всегда связано с инновациями, направленными на достижение бизнес - целей и, следовательно, повышение конкурентоспособности.

В то же время корпоративная культура - явление, которое формируется внутри организации, и она уникальна, как уникальна каждая личность. Необходимо изучать корпоративную культуру, ориентируясь на то, что каждая организация существует в своем социуме - определенная сфера деятельности, отраслевые правила и нормы взаимодействия, половозрастная и социально-экономическая структура организации, личность лидера и прочие условия формирования корпоративной культуры, которые невозможно сконструировать извне и предугадать.

Целью работы является выявление основных элементов и факторов формирования корпоративной культуры на примере ресторана «Империя».

В соответствии с поставленной целью, сформулированы исследовательские задачи:

1. Рассмотреть понятие, сущность, содержание корпоративной культуры;
2. Проанализировать методы формирования и поддержания корпоративной культуры;
3. Определить факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры;
4. Провести анализ корпоративной культуры ресторана «Империя»;
5. Дать рекомендации по совершенствованию корпоративной культуры ресторана «Империя».

Объект исследования - корпоративная культура ресторана «Империя».

Предметом исследования является процесс формирования и оценки корпоративной культуры ресторана «Империя» и оценка её уровня.

Теоретическая значимость результатов исследования заключается в том, что положения работы могут быть использованы при изучении методики формирования организационной культуры. Рекомендации, высказанные в работе, будут полезны менеджерам по персоналу организаций при планировании и разработке организационной культуры.

Практическая значимость результатов исследования значимость дипломной работы состоит в том, что большинство теоретических выводов и предложений доведены до конкретных методических рекомендаций и могут быть использованы для изменения, формирования, поддержания организационной культуры в организациях и бизнес структурах.

Глава I. Корпоративная культура как объект управления кадровым направлением деятельности современной организации

1.1. Понятие корпоративной культуры и основные подходы к ней

Менеджмент организации не только призван соответствовать корпоративной культуре, так как сильно зависит от нее, но и должен оказывать влияние на формирование, развитие и совершенствование самой культуры. Очевиден тот факт, что организации с сильной корпоративной культурой функционируют намного лучше аналогичных организаций, в которых культура неразвита, либо ее не существует вовсе. Проблематику внутренней среды организации исследовали многие экономисты, менеджеры и управленцы, ставя во главу угла интерес к культурным особенностям компании. Актуальность систематизации концепций развития культурных особенностей компании, т.е. корпоративной культуры, связана с обилием теоретических подходов к ее изучению, не очевидной взаимосвязью этой науки с другими управленческими дисциплинами.

Культурологическая опосредованность изучаемого феномена корпоративной культуры позволяет сначала

обратиться к общему понятию «культура». Сопровождая человечество во всех проявлениях его деятельности, понятие «культура» относится к числу фундаментальных в современных гуманитарных науках. Феномен культуры имеет долгую и разноплановую историю, в течение тысячелетий осознание, представление, изучение культуры фиксировалось в основном как контекст в произведениях искусства и литературы.

На уровне бытового сознания под термином «культура» обозначают воспитанность, образованность. С позиции антропологического подхода под культурой понимаются обычаи, ритуалы, традиции некоего сообщества, выработанные им за историю развития. Выступая, как программа, задающая определенное поведение социальным системам различного уровня, культура является эволюционным механизмом адаптации социума к изменениям внешней среды.

Культура организации следует за культурой личности и культурой малой группы, занимая третий слой многоуровневой системы. Ценности, нормы, традиции, ритуалы малых социальных групп взаимодействуют, и те, которые разделяются всеми сотрудниками, создают корпоративную культуру.

Как подтверждают специалисты в сфере менеджмента, организации, как и нации, имеют свою культуру. Культура организации складывается под влиянием определенных внешних факторов: исторических традиций, географического положения, уровня развития экономики, господствующего политического режима, статуса поселения, культурного наследия.

Внутренняя культура организации индивидуальна, ученые выделяют следующие ее признаки: цели организации, общая система ценностей, кодекс поведения, правила и традиции, символика, стиль управления, методы мотивации сотрудников, установленные стандарты качества выпускаемой продукции, имидж организации, язык и т.п. Все эти характеристики следует отнести к внутренним факторам формирования корпоративной культуры.

В ходе анализа подходов ученых к определению понятия «корпоративная (организационная) культура» можно назвать ряд существующих классификаций.

1. Определение организационной (корпоративной) культуры с точки зрения возможностей ее формирования. В рамках данной классификации выделяется два подхода.

А. Рационально-прагматический подход. Представители: И. Ансофф, Т. Питерс, Р. Уотерман, Р. Киллман, Э. Шейн. Среди отечественных представителей данного подхода можно выделить Т. Ю. Базарова, О. С. Виханского, А. И. Наумова, В. А. Спивака.

Организационная (корпоративная) культура рассматривается в представленном подходе как атрибут организации, т.е. возможность влияния на ее формирование предполагается.

Например, у Э. Шейна организационная культура рассматривается как одна из переменных организации, которая является важнейшим регулятором поведения ее сотрудников.

Также рационально-прагматический подход предполагает возможность изменения организационной (корпоративной) культуры лидером для достижения организационных целей.

Б. Феноменологический подход. Организационная (корпоративная) культура трактуется представителями данного подхода как обозначающая саму суть организации. Организационная (корпоративная) культура - это не свойство, которым может обладать организация, а то, чем она является. Как правило, данный подход полностью отрицает возможность целенаправленного влияния на формирование организационной (корпоративной) культуры.

Представители феноменологического подхода - Дж. Мерсье, П. Бергер, М. Луи, А. Петтигрю, С. Роббинс, Д. Сильверман.

Представляемый подход рассматривает организационную (корпоративную) культуру не как фактор, который программирует поведение, а как фактор, обеспечивающий направление согласованного восприятия реальности и поведения людей. Организационная (корпоративная) культура - система смыслов, которые приняты и разделяемы в данной группе в данное время, совокупность определенных устойчивых форм поведения, настроений, ограничений и образов, которые позволяют индивидууму интерпретировать ситуацию.

2. Классификация, изучающая корпоративную (организационную) культуру с точки зрения ее происхождения и эволюции в организации, включает три концепции:

организационная (корпоративная) культура как комплекс знаний, ценностей, форм поведения, основной источник которых - деятельность руководителя или центрального органа управления. Изменения ее являются следствием смены отдельных лидеров, изменений характера управления, перемен в организационной стратегии;

организационная (корпоративная) культура - это самоорганизующаяся система, механизмом

функционирования и развития которой является активное приспособление как к внутренним изменениям, так и к внешним воздействиям. Изменения культуры происходят как реакция на те или иные колебания во внутренней или внешней среде, имеют локальный характер и не связаны между собой; организационная (корпоративная) культура - это результат сочетания различных индивидуальных особенностей членов организации: их установок, отношений, форм поведения и др. Изменение культуры - это диалектически сложный процесс, в котором отдельные люди, изменяя организационную (корпоративную) культуру, сами претерпевают изменения.

3. Еще одна классификация подходов к изучению корпоративной (организационной) культуры, изложенная в диссертационном исследовании С. А. Липатова «Социально-психологическая диагностика организационной культуры», предполагает разделение взглядов исследователей на три направления. Целостный или системный подход. Ф. Харрис и Р. Моран, Э. Шейн, В. Сате, У. Дайер. Культура понимается как сложное «естественно-искусственное» образование с двумя основными подсистемами: «нормативно-семиотической» и «материально-денотативной».

Организационный символизм. Люди используют символы для уменьшения неопределенности и установления ориентиров поведения при столкновении с нестабильностью. Руководители посредством символов могут поддерживать идеологию организации и ориентировать сотрудников в сложном мире. Среди авторов данного подхода У. Томас.

Когнитивный подход. К. Уэйк и К. Робертс, А. Н. Занковский. Связан с такими категориями, как «коллективное мышление», «групповое сознание», «организационный ум». Социальное познание и социальные представления. Основной акцент при изучении организационной (корпоративной) культуры делается на таких ее аспектах, как коллективное сознание, когнитивные схемы или общая система знаний, верований и правил, определяющих соответствующие формы поведения.

4. Н.Н. Моргунова, изучая сходства и различия понятий «организационная культура» и «корпоративная культура», представила в своей работе четыре основных подхода к их определению:

корпоративная культура тождественна организационной культуре. Сторонниками данного подхода являются О. В. Виханский, С. В. Иванова, Л. В. Карташова, Е. Д. Малинин, В. А. Спивак. Ученые придерживаются мнения, что и организационная, и корпоративная культура определяется при помощи одних терминов: ценности, верования, философия и идеология организации, цели и важные предположения, разделяется всеми членами организации;

корпоративная культура - часть организационной культуры. Данного подхода придерживаются Ю. Д. Красовский, Б. З. Мильнер, Т. О. Соломанидина, С. В. Щербина и др. Этот подход является менее распространенным, чем предыдущий, так как приводимые авторами доказательства не всегда являются убедительными;

корпоративная культура - это культура больших производственных объединений, корпораций.

Предлагаемый подход мало распространен в научных кругах;

корпоративная культура и организационная культура - самостоятельные феномены. Корпоративная и организационная культура, являясь разными феноменами, имеют пересечение в ряде составляющих элементов - артефакты, миссия и условия труда. В то же время в организационную культуру входит сама структура организации, имеющая открыто императивный характер, выражающийся в документах, приказах, руководствах. Основной аспект корпоративной культуры - ценности, приобщение к которым не может происходить прямо в силу их специфики.

Как видим, корпоративная культура, как и любая другая социальная культура, хоть и отличается своими особенностями, однако создается и действует согласно законам проявления культуры общества.

Таким образом, корпоративная культура - явление, которое широко используется в современном менеджменте. Являясь одновременно «ценностным стержнем» жизни организации, корпоративная культура, безусловно, олицетворяет собой реальную, хотя и невидимую силу, чье влияние распространяется практически на все аспекты деятельности организации.

1.2.Содержание корпоративной культуры

Наличие корпоративной культуры - один из важнейших отличительных признаков современной и преуспевающей компании. Сравнительный анализ понятийного аппарата проведен в работах Наибольшую трудность в определении понятия «корпоративная культура» является его частое отождествление с понятием «организационная культура» в работах отечественных авторов, но многие всё же в этом преуспели. Выделяются четыре точки зрения.

1. Корпоративная культура тождественна организационной культуре. Многие авторы используют эту точку зрения, потому что в определениях корпоративной и организационной культуры имеются одни и те же термины, такие, как: «философия и идеология организации», «ценностные ориентации», «ожидания», «нормы», «верования» и другие.
2. Корпоративная культура является частью организационной культуры. Данная точка зрения возникла исходя из того, что между организационной и корпоративной культурой прослеживается очень малое количество отличий, из чего сделан вывод, что организационная культура - культура «материнской» организации, а корпоративная культура - культура подразделений этой организации в других странах.
3. Эвристический взгляд на соотношение организационной и корпоративной культуры. Корпоративную культуру необходимо рассматривать в сравнении с организационной культурой, сформировавшейся в рамках индустриальной цивилизации.
4. «Корпоративная культура» и «организационная культура» - это самостоятельные, отличные друг от друга понятия, имеющие сходство только в некоторых элементах.

В отношении содержания корпоративной культуры также нет однородного понимания:

1. Корпоративная культура - это сложный комплекс взаимосвязанных элементов: норм, ценностей, ритуалов, символов и т.д. Этот подход в разных исследованиях именуется как «структурный», «содержательный» или «системный».
2. Корпоративная культура - инструмент повышения эффективности деятельности предприятий. Это, так называемый, «функциональный», «прагматический», «экономический», «управленческий» подход. В основе - мобилизация человеческого потенциала и мотивация как

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер Ком, 1999.
2. Базаров Т. Ю. Организационная культура и лояльность // Управление корпоративной культурой. 2013. № 1.
3. Басовский Л.Е. История и методология экономической науки: Учеб.пособ. - М.: ИНФРА-М. 2014. - 231с.
4. Бергер П. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995.
5. Бусыгин О. В. Организационная и корпоративная культура промышленного предприятия: проблема оценки в процессе управления: дис. ... канд. социол. наук. Н. Новгород, 2011.
6. Виханский О.С. Менеджмент. - М.: Магистр Издательство, 2015. - 655 с.
7. Грошев И. В., Емельянов П. М., Юрьев В. М. Организационная культура. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
8. Грошев И.В. Организационная культура в системе менеджмента современного российского предпринимательства: Автореферат дис. ... д-ра экон. наук. Тамбов, 2007. С. 10. Гэлэгер Р. Указ.соч. 2011. - 259 с.
9. Дафт Р. Л. Менеджмент / Ричард Л. Дафт. - 10-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 655 с.
10. Демин Д.А. Корпоративная культура.- М. : Юнити, 2010. - 356 с.
11. Заверняева И., Лобов М. Корпоративная культура // Гудок. Специальный выпуск. - 2013. - 73 с.
12. Казакова Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры: / Н. А. Казакова ; Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва : Юрайт, 2016. - 500 с.
13. Казначеева С.Н., Репина Р.В. Современные тенденции кадрового менеджмента // В сборнике: Инновационные технологии управления сборник статей по материалам II Всероссийской научно-практической конференции. Нижегородский государственный педагогический университет им. К.Минина. Нижний Новгород, 2015.С.29-32
14. Камерон К.С., Куинн Р.Э. Диагностика и изменение корпоративной культуры. - СПб. : Питер, 2011. - 62 с.
15. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура и PR. - М.; Ростов-н/Д : ИКЦ «МарТ», 2012. - 73 с.
16. Каранашев А.Х., Целых Л.А., Карашева А.Г. Методологические аспекты диагностики инновационного потенциала корпоративной культуры предприятий рекреационной сферы кабардино-балкарской республики: сравнительное когнитивное моделирование // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. - 2014. - № 3 (150).
17. Кибанов А.Я., Гагаринская Г.П., Калмыкова О.Ю., Мюллер Е.В. Управление персоналом. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 238 с.
18. Кибанов А.Я., Ивановская Л.В. Кадровая политика и стратегия управления персоналом. - М.: Проспект, 2014. - 256 с.
19. Ковалев В. А. Современный стратегический анализ : / В. А. Ковалев. - Санкт- Петербург [и др.] : Питер, 2016. - 286, [1] с.: ил.,
20. Козлова Л.А., Самуйлова Л.Э, Логинова Ю.А. , Роцин Д.Н., Тарасова С.В. Технологии поиска, отбора и

адаптации персонала в компании. Методическое пособие. - М., 2005. - 62 с.

21. Колесников А.В. Корпоративная культура современной организации. Курс лекций. - М.: Альфа-Пресс. 2011. - 448с.
22. Кулькова И.А. Методические подходы к анализу системы нормирования труда в организациях в рыночных условиях // «Human progress», 2015. Том 1 № 2
23. Куприянчук Е.В. Управление персоналом: ассесмент, комплектование, адаптация, развитие: Учеб. пос. - М.: РИОР. 2013. - 255с.
24. Куприянчук Е.В., Щербакова Ю.В. Управление персоналом: ассесмент, комплектование, адаптация, развитие: / сост. Е- М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2012. - 225 с.
25. Лапыгин Ю.Н. Теория организации и организационное поведение. - М.: ИНФРА - М, 2013. - 312 с.
26. Липатов С. А. Социально-психологическая диагностика организационной культуры: дис. ... канд. психол. наук. М., 1999.
27. Макеев В. А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации - М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2014. - 248 с.
28. Могутнова Н.Н. Корпоративная культура: понятие, подходы // Социологические исследования. - 2011. - Т. 4. - С. 130-136.
29. Морозова Н.С., Макарова А.С. Анализ корпоративной культуры зарубежных и российских компаний // Вестник Российского нового университета. Серия «Человек и общество». - 2016. - Выпуск 1. - С. 67-71.
30. Морозова Н.С., Макарова А.С. Инструменты формирования корпоративной культуры на крупных предприятиях // Цивилизация знаний: российские реалии: труды Шестнадцатой Международной научной конференции, г. Москва, 24-25 апреля, 2015 г. - М. : РосНОУ, 2015. - С.225-229.
31. Родин О. Концепция происхождения и сущности организационной культуры / О. Родин. - М.: Школа Бизнеса МГУ, 2012. - 190 с.
32. Скляр Е. Повышение эффективности управления промышленным предприятием на основе развития корпоративной культуры: дис. . канд. экон. наук. Брянск, 2002.
33. Спивак, В.А. Корпоративная культура. Теория и практика. - СПб.: Питер, 2011 - 546 с.
34. Управление персоналом: учеб. для вузов / под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
35. Филина Ф.Н. Всё о работе директора по кадрам: лучшие кадровые решения. - М.: ГроссМедиа, 2007. - 211 с.
36. Халеев А.И. Роль организационной культуры в повышении инновационного потенциала предприятия // Управление экономическими системами. Электронный научный журнал №6, 2013
37. Цлав В.М. К построению общей теории управления пер-соналом // Вестник СамГУ. Сер.: Экономика и управление. 2012. № 1 (92). С. 108-113.
38. Шаповалова И. С. - Организационная культура: практикум. - ИПК НИУ «БелГУ», 2011. - 108с.
39. Шэйн Э. Организационная культура и лидерство. 4-е изд.: пер. с англ. СПб.: Питер, 2013.
40. Щедрина И.В., Александренко П.Н., Неборский О.И. Инновационная организационная культура как способ повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг // Экономика и управление в сфере услуг. 2014 - № 12. - С.342-345.

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/gotovyе->

<https://studservis.ru/gotovyе-%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B>