

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://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/46265>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Социология культуры

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ В ООО «МИЛАНА» 5

1.1 Понятие, структура и основные теоретические подходы к изучению организационной культуры 5

1.2 Общая характеристика организации ООО «Милана» 11

1.3. Факторы и условия формирования организационной культуры 14

1.4. Проблемы организационной культуры и обоснование диагностики 19

РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ДИАГНОСТИКИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ООО «МИЛАНА» 22

2.1 Организация и методика исследования 22

2.2 Анализ результатов исследования 26

ГЛАВА 3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ООО «МИЛАНА» 30

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 37

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 40

ПРИЛОЖЕНИЕ 44

Итак, известная методика конкурентных ценностей Камерона-Куинна базируется на использовании ряда вопросов по шести важнейших аспектов организации и способна анализировать организационную культуру на нескольких уровнях (индивидуальном, интраорганизационном, интерорганизационном).

Согласно теоретическим положениям авторов методики, существуют два типа измерений: содержательный и образцовый. Содержательные измерения играют роль намеков в сценариях, способствуя пониманию сотрудников определения культурных ценностей своей организации. А образцовые измерения имеют отношение к профилю организационной культуры и определяют те содержательные измерения организационной культуры, которые базируются на символических образах (архетипах, о которых говорилось выше), которые формируются в глубинных слоях подсознания сотрудников организации.

Именно поэтому есть основания полагать, что в основе восприятия тех или иных аспектов жизнедеятельности организации лежат базисные предположения (ценности психологического архетипа), которые помогают индивидам воспринимать окружающую среду. Если идентифицировать эти аспекты с оценочными измерениями, можно определить характеристики организации.

К оценочным измерениям организационной культуры К. Камерон и Р. Куинн относят следующие:

- доминантные характеристики;
- стиль лидерства в организации;
- стиль управления сотрудниками;
- сущность организации, объединяющей ее сотрудников;
- стратегические акценты;
- критерии успеха.

Исследователи считают, что этого набора оценочных измерений вполне достаточно для адекватного представления типа организационной культуры или их комбинации. А вот образцовых измерений организационной культуры гораздо больше, хотя К. Камерон и Р. Куинн ограничились такими как: интеграция и внутренний фокус, дифференциация и внешний фокус, гибкость и дискретность, стабильность и контроль культуры, который определяется благодаря балльной оценке по разработанной ими методике.

2. Опросник организационной культуры» Д.Р. Дэнисона. Дэнисон изучал взаимосвязь между определенными характеристиками культуры и организационной эффективностью и определил основные особенности организационных культур у лидирующих и отстающих предприятий.

В результате автором были выделены 4 основные проекции (параметра, фактора) корпоративной культуры, влияющие на эффективность бизнеса, по каждой из которых рассчитывается три индекса в соответствии с

факторами, влияющими на нее:

1. Приспособляемость (адаптивность) – склонность организации к нововведениям, способность менеджмента быстро адаптироваться к изменениям. В рамках этой проекции рассчитываются индексы:
 - ☐ ориентированности на изменения (инновационности, адаптивности);
 - ☐ ориентированности на клиента;
 - ☐ организационного обучения.
2. Миссия – понимание и согласие сотрудников с миссией и целями компании. В рамках данной проекции рассчитываются индексы:
 - ☐ стратегического направления;
 - ☐ целей и задач;
 - ☐ видения.
3. Последовательность (согласованность, взаимодействие) – способность менеджмента эффективно организовать работу и взаимодействие подразделений и сотрудников в организации для достижения корпоративных целей, для которой рассчитываются индексы:
 - ☐ координации и интеграции;
 - ☐ согласия;
 - ☐ ключевых ценностей.
4. Причастность (вовлеченность) – степень участия сотрудников в деятельности компании, их осознание взаимосвязи между их личными целями и организационными целями. Для данного признака рассчитываются индексы:
 - ☐ полномочия;
 - ☐ развития способностей;
 - ☐ ориентированности на командную работу.

Расчет индексов осуществляется на основе обработки анкет сотрудников. Анкета Д. Дэнисона состоит из 60 вопросов в форме утверждений по основным факторам – для каждого фактора сформулировано пять утверждений, которые в той или иной степени отражают его проявление в организации. Все утверждения оцениваются по шкале от 1 («совершенно не согласен») до 5 («совершенно согласен»), за исключением восьми утверждений (отмечены ☐, которые имеют негативный оттенок и требуют оценки по обратной шкале от -1 («совершенно согласен») до -5 («совершенно не согласен»).

Для обработки результатов по каждому вопросу (фактору) рассчитываются индексы. Индекс рассчитывается как среднее значение по средним всех утверждений внутри одного фактора. Данный показатель может быть выражен в процентах либо в баллах (максимальное значение – 5 баллов). Далее строится график, на котором отображаются полученные индексы.

Исследование с помощью модели Дэнисона позволяет определить влияние, оказываемое корпоративной культурой на ключевые показатели деятельности и эффективности функционирования организации, понять как они соотносятся, и, как следствие, определить приоритетные направления развития и разработать план действий с целью повышения организационной эффективности.

Использование методики Д. Дэнисона в анализе корпоративной культуры в рамках данного исследования обусловлено тем, что опросник, предлагаемый заполнить сотрудникам, охватывает практически все проявления культуры в организации и позволяет не только определить преобладающий тип культуры, но и наиболее полно описать ее.

2.2 Анализ результатов исследования

Изначально был произведен опрос сотрудников компании ООО «Милана» по методике OCAI. Полученные результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Результаты исследования по методике OCAI среди сотрудников компании ООО «Милана»

Тип организационной культуры Среднее значение по баллам

Теперь Предпочтительно

- | | | |
|-----------------------------|------|------|
| A. Клановая культура | 31.1 | 28.4 |
| B. Адхократическая культура | 14.2 | 12.1 |
| C. Иерархическая культура | 26.3 | 32.7 |
| D. Рыночная культура | 14.0 | 10.8 |

Как видно из таблицы, в настоящее время в ООО «Милана» преобладает клановая культура. В соответствии с описанием авторов данной методики, данный тип культуры представляет собой весьма дружелюбное

место работы, сильны традиции внутри организации. Характеризуется высоким уровнем обязательности, сплоченности коллектива.

Также в коллективе достаточно хорошо выражена иерархическая культура, которая предполагает четкое разделение обязанностей, высокий уровень формальности.

Что касается предпочтительности организационной культуры, то сотрудники ООО «Милана» в большей степени склоны к иерархичной организационной культуре. На рисунке 2 полученные результаты по методике представлены более наглядно.

Рисунок 2 – Актуальный и предпочитаемый профили организационной культуры по методике OCAI среди сотрудников ООО «Милана»

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод, что корпоративная культура работников ООО «Милана» характеризуется высоким уровнем групповой сплоченности, а также преобладающей организационной культурой кланового и иерархического типов.

Далее диагностика корпоративной культуры ООО «Милана» проводилась с помощью методики Д. Дэнисона.

В результате анкетирования были получены индексы, присущие факторам параметров культуры.

Результаты расчета индексов для факторов корпоративной культуры представлены в таблице 4.

По результатам диагностики организационной культуры ООО «Милана» можно сделать вывод, что значительно внимание уделяется ее миссии, стратегическому планированию и, в частности, ее целям и задачам, что свидетельствует о стремлении к стабильности и ориентации на внешний фокус работы. Для организационной культуры российского офиса компании ООО «Милана» характерна ориентация на внешнее окружение, стремление занять лидирующие позиции на рынке, которые обеспечиваю.

Одновременно присутствует высокий индекс по таким факторам, как командная работа и полномочия, символизирующие высокую степень вовлеченности сотрудников в рабочий процесс. Вместе с тем, многие сотрудники отметили, что в компании недостаточно внимания уделяется развитию их способностей.

Таблица 4 – Результаты анкетирования по методике Д. Дэнисона

Параметр культуры	Фактор	Оценка, баллы	Оценка, %
-------------------	--------	---------------	-----------

Вовлеченность	Полномочия	3,71	74
---------------	------------	------	----

Ориентация на командную работу		3,97	79
--------------------------------	--	------	----

Развитие способностей		2,37	47
-----------------------	--	------	----

Согласованность	Ключевые ценности	3,26	65
-----------------	-------------------	------	----

Согласие		2,59	52
----------	--	------	----

Координация и интеграция		2,92	58
--------------------------	--	------	----

Адаптивность	Ориентация на изменения	2,74	55
--------------	-------------------------	------	----

Ориентация на потребителя		2,89	58
---------------------------	--	------	----

Организационное обучение		3	60
--------------------------	--	---	----

Миссия	Стратегическое направление и планирование	3,31	66
--------	---	------	----

Цели и задачи		4,41	88
---------------	--	------	----

Видение		3,13	63
---------	--	------	----

Такие показатели, как адаптивность и взаимодействие (согласованность) проявлены практически в равной степени. При этом ориентация на изменения уступает ориентации на потребителя и организационному обучению, которое играет большую роль в повседневной жизни компании. Взаимодействие

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Литература

Книги

1. Веселов Ю.В. Экономическая социология: уч. пос./Ю.В. Веселов, А.В. Петров. – СПб.: Астерион, 2015. – 108 с.

2. Грошев И. В. Организационная культура / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - М.: Юнити, 2013. - 528 с.

3. Денисон Д. Изменение организационной культуры в организациях. – СПб.: Питер, 2013. – 192 с.

4. Иванова Т.Б., Журавлёва Е.А. Организационная культура и эффективность предприятия: Монография. - М.: РУДН, 2011. – 152 с.

5. Макаренченко М. А. Методология и методика проектирования культуры фирмы в процессе создания гибких организованных структур. – СПб: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2014. – 159 с.
6. Организационная культура: учебник для вузов/ В. К. Потемкин, Н.Н. Покровская, В.А. Спивак. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. – 332 с.
7. Радаев В. В. Экономическая социология: учеб. пособие для вузов. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2015. – 603 с.

Статьи в сборниках

8. Бардаков Н.С. Организационная культура как инструмент роста эффективности деятельности компаний и их деловой репутации / Н.С. Бардаков, Д.И. Галкин, И.Г. Иванова // Регулирование экономической деятельности и деловая среда: проблемы, перспективы и решения : сб. науч. тр. по материалам II Междунар. науч.-практ. конф. – Казань, 2017. – С. 290-300.
9. Веденев А.В. Организационная культура и ее влияние на эффективность деятельности организации: мотивационный аспект // Инновационные технологии в управлении, экономике и культуре: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Магнитогорск, 2017. – С. 40-45.
10. Демарчук Л.М. Корпоративные мероприятия как инструмент управления лояльностью сотрудников // Наука. Технологии. Инновации : сб. науч. тр. : в 9 ч. – Новосибирск, 2015. – С. 155-157.
11. Каранашев А.Х. Методологические аспекты диагностики инновационного потенциала организационной культуры предприятий рекреационной сферы Кабардино-Балкарской Республики: сравнительное когнитивное моделирование / Каранашев А.Х., Целых Л.А., Карашева А.Г. // Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 5: Экономика. – 2014. – № 3 (150). – С. 256-265.
12. Князькова Л.А. Современные методы оценки эффективности организационной культуры в организации // Социокультурные факторы консолидации современного российского сообщества : сб. ст. II Всерос. науч.-практ. конф. – Пенза, 2016. – С. 62-64.
13. Коваленко С.В. Роль организационной культуры как фактора человеческого капитала в повышении эффективности деятельности организации / С.В. Коваленко, А.В. Коваленко, Э.Р. Мубаракшина // Науковедение. – 2016. – Т. 8, № 6 (37). – С. 75.
14. Кошкина В.К. Методы диагностики уровня организационной культуры компании, как фактора влияющего на эффективность управленческой деятельности // Вестн. Ин-та мировых цивилизаций. – 2014. – № 8. – С. 130-139.
15. Легостаева И.В. Модели влияния организационной культуры на эффективность деятельности и конкурентоспособность компании и персонала // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права: материалы междунар. науч. семинара / М.Л. Белоножко (отв. ред.). – Тюмень, 2016. – С. 117-122.
16. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или история будущего // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 2016. – С. 340-371.

Периодическая печать

17. Андреева И. В., Бетина О. Б., Кошелева С. В. Социокультурный подход к анализу системы ценностей компании // Вестн. С.-Петерб. ун-та. – Сер. 8. Вып. 1. – 2008. – С. 77-95.
18. Белова С.И. Психологическая безопасность сотрудников международных организаций и организационная культура // Глобальный науч. потенциал. – 2012. – № 10. – С. 8-10.
19. Гвоздецкая И.В. Организационная культура как фактор повышения эффективности деятельности организации / И.В. Гвоздецкая, Е.В. Кнаус // Актуальные вопросы экон. наук. – 2014. – № 38. – С. 44-57.
20. Дьякова Л.В. Специальные мероприятия как инструмент формирования организационной культуры / Л.В. Дьякова, И.С. Попов // PR и реклама : традиции и инновации. – 2012. – № 7-2. – С. 17-18.
21. Кирюхина В.С. Факторы взаимосвязи организационной культуры и эффективности деятельности организации // Экон. среда. – 2015. – № 4. – С. 145-146.
22. Макаров А. Формирование клиентского капитала предприятия на основе маркетинга взаимоотношений с потребителями // Практический маркетинг. – 2014. – № 5 (87). – С. 19-25.
23. Макаренченко М. А. Организационная культура как фактор успеха фирмы // Вестник СамГУ. – 2014. – № 3 (33). – С. 70-80.
24. Макаренченко М. А. Исследование организационной культуры Санкт-Петербургских предприятий // Вестн. С.-Петерб. ун-та. – Сер. 8. Вып. 3 – 2014. (24). – С. 53-77.
25. Малышев А.А. Организационная культура внешне-торговой организации: опыт и проблемы // Рос. внешнеэкон. вестн. – 2005. – № 6. – С. 29-34.

26. Михайлева Е. Проблемы измерения влияния организационной культуры организации на эффективность ее деятельности // International Scientific and Practical Conference World science. – 2017. – Т. 3, № 7. – С. 18-26.
27. Садчикова И.Р. Влияние организационной культуры на эффективность экономической деятельности организации / И.Р. Садчикова, Е.М. Храповицкая // Современ. наука. – 2016. – № 2. – С. 27-29
28. Пименова Д.В. Организационная культура как фактор повышения эффективности деятельности предприятия / Д.В. Пименова, О.Г. Бодрова // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и об-ве. – 2014. – № 3. – С. 66-70.
29. Полищук Е. В. Влияние организационной культуры на повышение эффективности деятельности предприятия // Молодой ученый. – 2012. – №3. – С. 183-185.

2. Другие источники.

Интернет-источники:

30. Официальный сайт ООО «Милана». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://milana-s.ru/> – Дата обращения: 24.10.2018.

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://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/46265>