

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Совершенствование корпоративной культуры сервисного предприятия:  
современные технологии (на примере ООО «Автогалерея», г. Энгельс)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 5 курса 551 группы

Направления подготовки 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

**Грудинской Анастасии Сергеевны**

Научный руководитель

Доцент, к.с.н., доцент

\_\_\_\_\_ М.С. Отнюкова

Зав. кафедрой

Профессор, д.э.н., профессор

\_\_\_\_\_ Т.В. Черевичко

Саратов 2024

**ВВЕДЕНИЕ.** Актуальность темы исследования заключается в том, чтобы предприятие сервиса осуществляло свою деятельность в современных рыночных условиях эффективно его сотрудники должны иметь представление о корпоративной культуре, которая является одним из основных компонентов, оказывающих влияние на деятельность компании.

Существенное влияние на отношение работников к их труду оказывает корпоративная культура в силу ее огромного потенциала, так как напрямую оказывает воздействие на результаты деятельности работника как субъекта хозяйственной деятельности. В основе корпоративной культуры лежит набор правил, которые являются неписаными и часто неосознанными. Они определяют поведение любой организации в современном мире. Считается, что культура организации является важным компонентом деловой жизни современной корпорации, она способствует эффективному управлению и развитию бизнеса.

**Степень разработанности проблемы исследования.** Различными зарубежными учеными проведено достаточно большое количество исследований, посвященных изучению теоретических и практических аспектов формирования, поддержания и преобразования корпоративной культуры в различных организациях. Весомый вклад в изучение вопроса формирования корпоративной культуры в организации внесли такие ученые как М. Альберт, М.Х. Мескон, Ф. Хедоури.

Среди отечественных исследователей, которые занимались изучением вопроса формирования корпоративной культуры организации можно выделить следующих авторов С.Г. Абрамов, О.С. Виханский, А.А. Максименко, А.И.Наумов, В.А. Спивак. Научные труды представленных ученых посвящены изучению эволюции корпоративной культуры, ее структуры, взаимосвязи роли корпоративной культуры и развития организации.

**Целью бакалаврской работы** является исследование современных технологий совершенствования корпоративной культуры сервисного предприятия, а также разработка проекта, направленного на совершенствование

корпоративной культуры ООО «Автогалерея», г. Энгельса.

Из названной цели вытекают следующие **задачи**:

1. Изучить теоретические основы исследования корпоративной культуры сервисного предприятия;
2. Рассмотреть понятие и особенности корпоративной культуры сервисного предприятия;
3. Проанализировать современные методы и технологии совершенствования корпоративной культуры сервисного предприятия;
4. Провести исследование корпоративной культуры ООО «Автогалерея», г. Энгельс;
5. Дать общую характеристику ООО «Автогалерея», г. Энгельс;
6. Провести анализ технологий совершенствования корпоративной культуры ООО «Автогалерея», г. Энгельс;
7. Разработать проект, направленный на совершенствование корпоративной культуры ООО «Автогалерея», г. Энгельс;
8. Сформулировать цель, задачи и мероприятия по совершенствованию корпоративной культуры ООО «Автогалерея», г. Энгельс;
9. Подготовить обоснование эффективности и бюджет разрабатываемых мероприятий по совершенствованию корпоративной культуры ООО «Автогалерея», г. Энгельс.

**Объектом бакалаврской работы** является ООО «Атогалерея» г. Энгельс.

**Предметом бакалаврской работы** является корпоративная культура на предприятии сервиса и пути ее совершенствования.

**Эмпирическая база бакалаврской работы** включает в себя следующие методы:

- опрос сотрудников ООО «Автогалерея» с позиции направления Wellbeing;
- диагностика корпоративной культуры ООО «Автогалерея» по методике

Д. Дэнисона;

- диагностика корпоративной культуры ООО «Автогалерея» по методике Камерона-Куинна (OCAI).

**Практическая значимость** исследования заключается в разработке проекта, направленного на совершенствование корпоративной культуры ООО «Автогалерея», г. Энгельса.

**Структура работы** продиктована логикой исследования. Бакалаврская работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников, приложений.

**Основное содержание бакалаврской работы.** Первая глава «Теоретические основы исследования корпоративной культуры сервисного предприятия» посвящена изучению понятия и особенности корпоративной культуры сервисного предприятия, анализу существующих современных методов и технологий совершенствования корпоративной культуры сервисного предприятия.

На сегодняшний день, в компаниях возникает необходимость в управлении корпоративной культурой, что является достаточно распространенной ситуацией. Если вы хотите эффективно работать с персоналом, вам следует разрабатывать для него ценностные установки и модели поведения. Это является основной целью идеологии организации. Она должна помочь в правильном толковании истории развития организации, с целью формирования системы ценностей и моделей поведения. Уровень принятия ценностей корпоративной культуры и четкое определение приоритетов в деятельности компании напрямую влияет на поведение сотрудников.

В число основных целей, которые преследует корпоративная культура, входят: формирование лояльности и сплоченности сотрудников, а также создание внутрикорпоративных коммуникаций и системы внутреннего трудового коллектива. Данные процессы должны привести к повышению производительности труда, а также повысить эффективность работы компании в целом. В основе принципов корпоративной культуры лежат цели и задачи организации, а также ее имидж. В процессе развития компании происходит непрерывная работа, которая подходит к концу только тогда, когда организация прекращает свою деятельность.

Корпоративная культура - это большая область явлений материальной и духовной жизни коллектива: доминирующие в нём моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, традиции, которые формируются с момента образования организации и разделяются

большинством её сотрудников. Все эти нормы и правила, которые регулируют жизнь организации внутри себя и их взаимодействие с внешним миром, являются не только осознанными, но и неосознанными.

При диагностике корпоративной культуры можно использовать следующие методы:

- анализ с помощью количественных методов (анкетирование, опросы), анализа статистических данных и создания графического профиля (разработка типологии);

- методы, используемые в социологии, имеют ряд особенностей. Индивидуальные и групповые интервью с первыми лицами компании являются наиболее информативными. В процессе проведения интервью, следует проводить его по вертикали от руководителей организации до рядовых сотрудников, что позволит получить наиболее полное представление о корпоративной культуре в целом;

- полевые методы исследования - это способы, позволяющие исследовать ситуацию с помощью реального погружения в деятельность: рабочие группы, состоящие из консультантов и работников фирмы, совещания-обсуждения с руководителями компании, включающие в себя наблюдение за ходом событий, ведение дневника, способ проведения экспериментов и стоп-упражнений, опыт исповеди и т.д.

Во второй главе автором проводится исследование корпоративной культуры ООО «Автогалерея» г. Энгельс. ООО «Автогалерея» – осуществляет реализацию комплекса услуг, которые связаны с продажей, гарантийным и сервисным обслуживанием автомобилей, продажей оригинальных запасных частей и аксессуаров. В автосалоне «Автогалерея» потребители могут воспользоваться перечнем дополнительных услуг, которые направлены на удовлетворение потребностей большего числа клиентов. Например, тест-драйв, автосервис, гарантийный ремонт, продажа запасных частей и аксессуаров, автострахование.

Автором была проанализирована корпоративная культура ООО «Автогалерея» при помощи опросника с позиции направления Wellbeing, методики Д. Дэниса, опросника Камерона – Куинна (OCAI). В результате проведенного анализа можно сделать следующие выводы: большая часть сотрудников ООО «Автогалерея» не могут по завершению рабочего дня в свободное время не думать о рабочих моментах, самым основным фактором, который влияет на эмоциональное здоровье сотрудников организации является благоприятный климат в рабочем коллективе, стиль управления чаще всего влияет на эмоциональное состояние, главным фактором, который отражает заботу руководства компании о благополучии сотрудников является создание достаточно комфортной рабочей среды.

В настоящее время наблюдается тенденция незначительного преобладания стремления к стабильности в деятельности организации ООО «Автогалерея». Данная ситуация является показательным фактом для того, что корпоративная культура характеризуется своей постоянной ориентацией на поддержание текущего состояния и ситуации, а также на дальнейшее развитие. Это может означать, что организация имеет устойчивую структуру, которая реагирует на изменения внешней среды. определенные стратегические действия, которые можно реализовать на практике позволят достичь положительного результата для корпоративной культуры ООО «Автогалерея». Среди определенных действий, которые позволят увеличить значение и место корпоративной культуры можно выделить следующие: материальное вознаграждение, моральное стимулирование, продвижение по службе, условия труда, возможность самореализации, психологический климат и другие.

Корпоративная культура в ООО «Автогалерея» является иерархической или бюрократической. Организация ООО «Автогалерея» является для сотрудников формализованным и структурированным местом профессиональной деятельности. При выполнении поставленных задач

сотрудники руководствуются утвержденными процедурами. Функционирование организации происходит плавно и все что в ней есть объединяют формальные правила и официальная политика. Желаемая корпоративная культура сотрудниками ООО «Автогалерея» - рыночная. В рамках данного типа корпоративной культуры организация ориентируется на внешнее окружение. Успешное функционирование организации определяется в проникновении на рынок и увеличении доли рынка.

В рамках третьей главы «Проект, направленный на совершенствование корпоративной культуры ООО «Автогалерея», г. Энгельс» автором выпускной квалификационной работы предложены определенные мероприятия, которые позволят улучшить корпоративную культуру организации: создание комфортного социально-психологического климата за счет организации комнаты психологической разгрузки, проведение тренингов «Конструктивное разрешение конфликта», разработка зависимости вознаграждения менеджеров по продажам от эффективности работы, создание внутреннего Intranet портала, внедрение оценки результатов работы с применением коэффициента трудового вклада, нематериальных способов мотивации сотрудников. Расчет экономической эффективности авторского предложения подтверждает гипотезу о том, что реализация предложенных мероприятий позволит улучшить корпоративную культуру исследуемой организации и получить дополнительный доход.



**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Итак, проведенный анализ совершенствования корпоративной культуры сервисного предприятия: современные технологии (на примере ООО «Автогалерея», г. Энгельс), позволил сделать ряд выводов как теоретического, так и практического характера.

В результате проведенного теоретического анализа существующих источников, было выявлено, что корпоративная культура - это большая область явлений материальной и духовной жизни коллектива: доминирующие в нём моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, традиции, которые формируются с момента образования организации и разделяются большинством её сотрудников. Все эти нормы и правила, которые регулируют жизнь организации внутри себя и их взаимодействие с внешним миром, являются не только осознанными, но и неосознанными.

Все предприятия сервиса имеют возможность находиться на стадии формирования корпоративной культуры, в этом случае их руководители несут ответственность за то, чтобы данная деятельность не вышла из-под их контроля. Необходимо отметить, что каждая организация сферы сервиса имеет возможность обладать ранее сформированной корпоративной культурой.

Теоретический анализ показал, что при диагностике корпоративной культуры можно использовать следующие методы:

- количественные (анкетирование, опросы), анализ статистических данных и создания графического профиля (разработка типологии);
- социологические (интервью, беседы и другие);
- полевые методы исследования.

В аналитической части работы нами был проведен ряд практических исследований.

Анализ показал, что ООО «Автогалерея» г. Энгельс осуществляет реализацию комплекса услуг, которые связаны с продажей, гарантийным и сервисным обслуживанием автомобилей, продажей оригинальных запасных частей и аксессуаров.

Миссия организации - удовлетворение запросов потребителей путем продажи автотоваров и качественное обслуживание. Задачи: анализ состояния соответствующего рынка и адаптация под происходящие изменения на нем; совершенствование автотоваров и сопутствующих услуг; повышение качества обслуживания потребителей.

Обобщая полученную информацию о корпоративной культуре ООО «Автогалерея» на основе используемых методик можно сделать следующие выводы:

*в соответствии с моделью Э. Шейна:*

- корпоративная деятельность работников организации направлена на миссию организации;
- функционирование подразделений организации и сотрудников направлено на достижение целей компании;
- подходы к управлению организацией руководством являются верными и эффективными;
- осуществляемая деятельность компании и ее работников на удовлетворение нужд и потребностей потребителя;
- реализуемая деятельность организации нацелена на долгосрочную перспективу в будущем;
- сотрудники компании чувствуют себя частью команды ООО «Автогалерея».

*с позиции направления Wellbeing:*

большая часть сотрудников организации «Автогалерея» устает на рабочем месте, 39% сотрудников не могут по завершению рабочего дня в свободное время не думать о рабочих моментах; самым основным фактором, который влияет на эмоциональное здоровье сотрудников организации является благоприятный климат в рабочем коллективе, достаточно большому количеству сотрудников необходимо отдыхать подальше от рабочего места; стиль управления чаще всего влияет на эмоциональное состояние, в меньшей степени

оказывают влияние на эмоциональное состояние возникновение различных конфликтов; главным фактором, который отражает заботу руководства компании о благополучии сотрудников является создание достаточно комфортной рабочей среды.

*по методике Д. Дэнисона:* в настоящее время наблюдается тенденция незначительного преобладания стремления к стабильности в деятельности организации ООО «Автогалерея». Данная ситуация является показательным фактом для того, что корпоративная культура характеризуется своей постоянной ориентацией на поддержание текущего состояния и ситуации, а также на дальнейшее развитие.

*Методика опросника Камерона – Куинна (OCAI):* корпоративная культура в ООО «Автогалерея» является иерархической или бюрократической. Желаемая корпоративная культура сотрудниками ООО «Автогалерея» – рыночная.

На основании проведенного анализа корпоративной культуры ООО «Автогалерея» для ее совершенствования предлагается перечень мероприятий:

- организация комнаты психологической разгрузки;
- проведение тренингов «Конструктивное разрешение конфликта»;
- вознаграждение менеджеров по продажам от эффективности работы;
- создание внутреннего Intranet портала;
- оценка результатов работы с применением коэффициента трудового вклада;
- нематериальные способы мотивации сотрудников.

Предложенные мероприятия по совершенствованию корпоративной культуры ООО «Автогалерея» принесут предприятию дополнительный доход в сумме 2 496,5 тыс. рублей. При этом экономический эффект от предложенных мероприятий положительный, это обосновывается тем, что 1 рубль затрат на проведение мероприятий даст возможность получить дополнительных 2,58 рубля.