


# **«Организационная культура в системе управления персоналом»**

Выполнила:

Руководитель:



Для российских организаций **актуальность** темы организационной культуры особенно велика, поскольку новые экономические преобразования нуждаются в институциональной оформленности необходимых ценностных приоритетов на уровне общества и организаций.

**Цель исследования:** исследовать организационную культуру и предложить пути ее оптимизации в организации ООО «МиланАвто».

**Задачи исследования:**

- рассмотреть понятие «организационная культура», выявить основные концептуальные трактовки;
- рассмотреть типы организационных культур и субкультур в корпоративной культуре;
- проанализировать характер влияния организационной культуры на развитие ООО «МиланАвто»;
- разработать рекомендации по совершенствованию организационной культуры ООО «МиланАвто».

- ВВЕДЕНИЕ
- 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТОРГОВЛИ
  - 1.1. Понятие и уровни организационной культуры
  - 1.2. Признаки и функции организационной культуры
  - 1.3. Факторы, влияющие на корпоративную культуру
- 2. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ООО «МИЛАНАВТО»
  - 2.1. Оценка организационной культуры ООО «МиланАвто»
  - 2.2. Основные проблемы в сфере организационной культуры
  - 2.3. Разработка проектно–профессиональных рекомендаций по совершенствованию организационной культуры в ООО «МиланАвто»
- ЗАКЛЮЧЕНИЕ
- СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

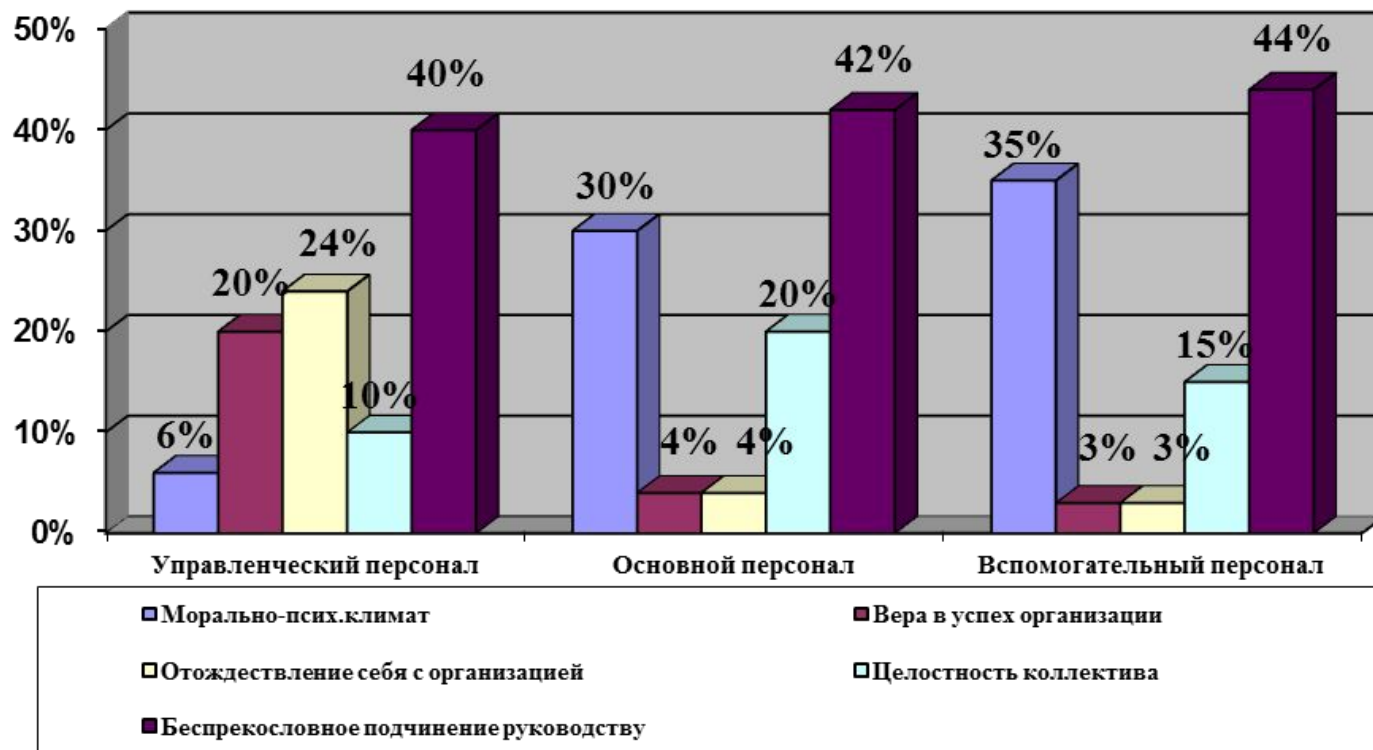
# Основные результаты

- К положительным сторонам организационной культуры ООО «МиланАвто» можно отнести наличие определенных элементов фирменного стиля: логотипа, спецодежды, рекламных буклетов и др.; наличие системы переобучения сотрудников; существование, достаточно длительное время, определенных традиций; существование четко сформулированной миссии организации; существование норм и правил поведения; существование легенд и мифов.
- К отрицательным сторонам организационной культуры следует отнести следующее: отсутствие четко поставленной цели организации; неудовлетворенность работников своей заработной платой; существование различий между ценностями управленческого, основного и вспомогательного персонала; оценку морально-психологического климата, которая не очень положительная; не все работники (только приближенные генерального директора) обладают символами могущества организации (пользуются служебным автотранспортом, оплачиваемой сотовой связью, отпуском и.др.); многие из персонала считают, что в организации нет традиций; нет новых обрядов или ритуалов; авторитарный стиль руководства.

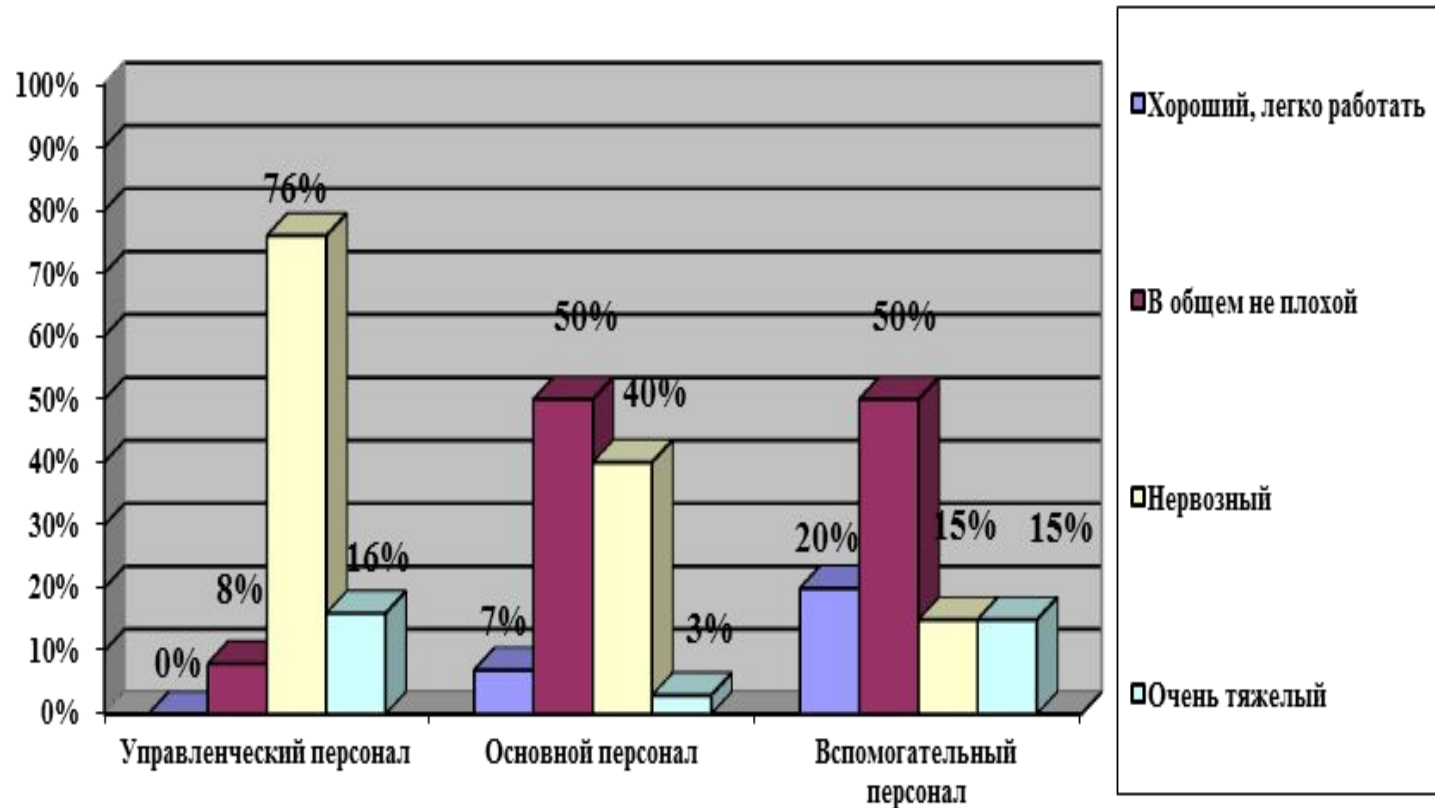
# Рекомендации

- на стадии планирования потребности фирмы в персонале - предпочтение внутреннему рынку труда, т. е. первоочередное внимание своим работникам, продвижению изнутри;
- на стадии найма - ценностная ориентация, т. е. включение в беседы по отбору кандидатов вопросов, связанных с идеологией, ценностями, культурой корпорации, и рассмотрение степени их приемлемости для кандидата;
- социальная ориентация как первый шаг процесса отождествления целей работника с целями корпорации;
- использование возможностей для повышения уровня самостоятельности и ответственности рабочих групп (поддержание инициатив персонала, предоставление большей автономии менеджерам в принятии решений), информированности работников о происходящем в организации (отлаживание или разработка системы эффективных внутрифирменных коммуникаций).
- обеспечение комфортных условий труда (в первую очередь, установка эффективных систем освещения, кондиционирования, отопления и вентиляции, организация комфортных рабочих мест).

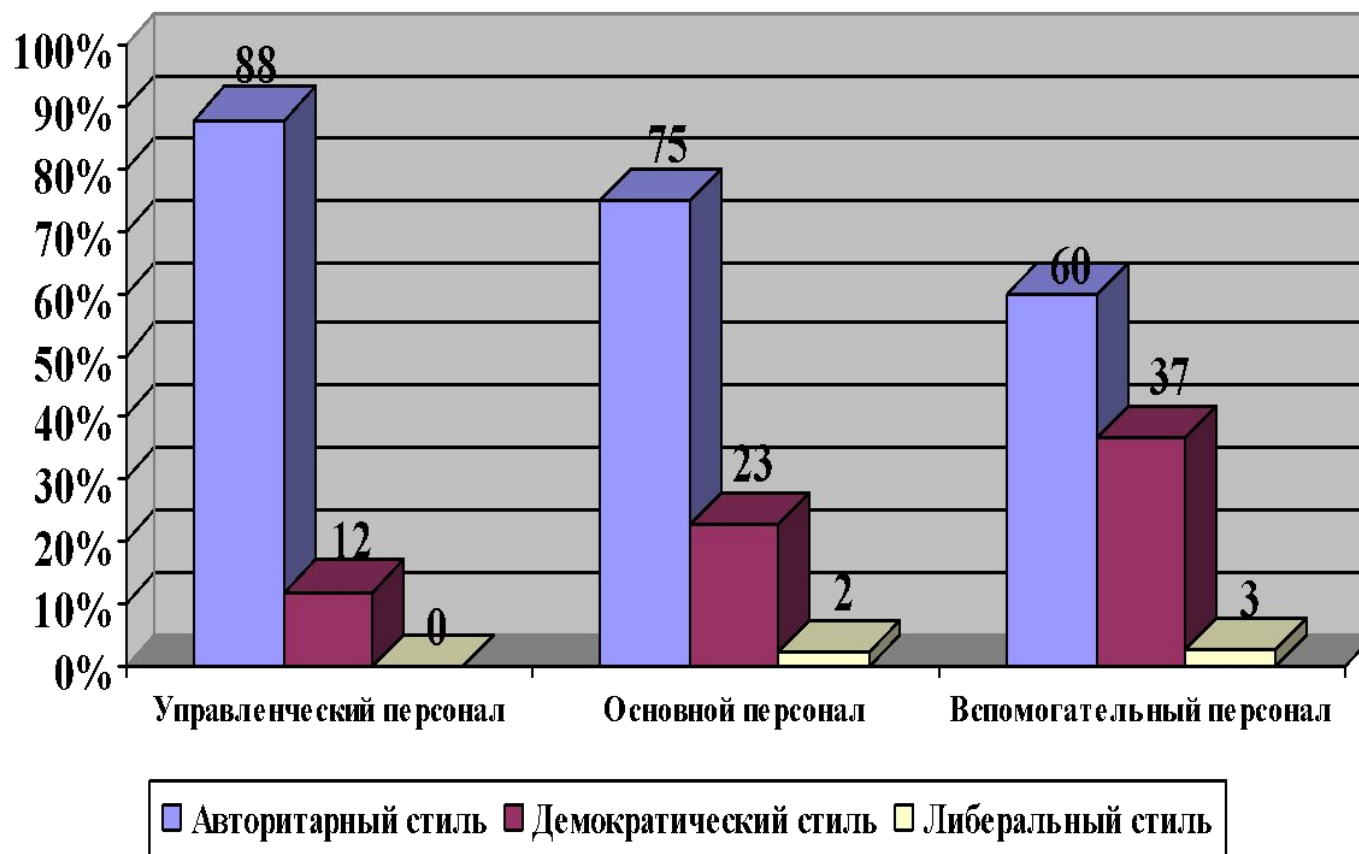
# Ценностные ориентации работников ООО «МиланАвто»



# Оценка морально-психологического климата в ООО «МиланАвто»

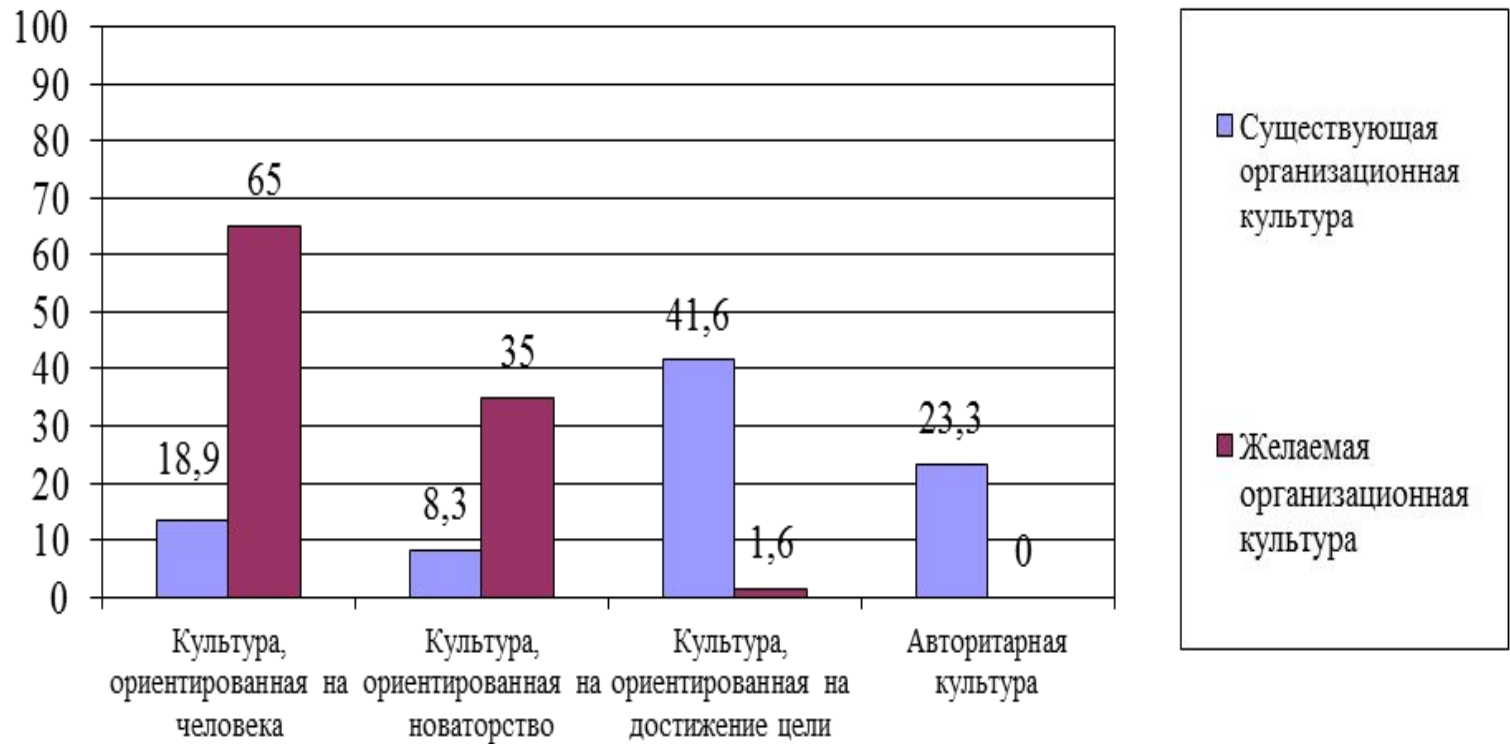


# Мнение работников о стиле руководства ООО «МиланАвто»





# Существующая и желаемая корпоративная культура





**Спасибо за внимание!**