Содержание

[Введение 3](#_Toc156569793)

[1 Теоретичекие основы корпоративной культуры 5](#_Toc156569794)

[1.1 Понятие и сущность корпоративной культуры 5](#_Toc156569795)

[1.2 Функции корпоративной культуры 9](#_Toc156569796)

[1.3 Формирование и развитие корпоративной культуры 12](#_Toc156569797)

[2 Анализ состояния корпоративной культуры МУП «ГОРЭНЕРГО» 18](#_Toc156569798)

[2.1 Краткая характеристика предприятия МУП «ГОРЭНЕРГО» 18](#_Toc156569799)

[2.2 Анализ кадрового состава предприятия МУП «ГОРЭНЕРГО» 22](#_Toc156569800)

[2.3 Анализ корпоративной культуры МУП «ГОРЭНЕРГО» 32](#_Toc156569801)

[3 Пути развития, корпоративной культуры в МУП «ГОРЭНЕРГО» 32](#_Toc156569802)

[Заключение 63](#_Toc156569803)

[Список использованных источников 66](#_Toc156569804)

[ПРИЛОЖЕНИЕ А - Организационная структура МУП «ГОРЭНЕРГО» 70](#_Toc156569805)

[ПРИЛОЖЕНИЕ Б - ПЛАН работы отдела кадров МУП "ГОРЭНЕРГО" на 2024 год 71](#_Toc156569806)

[ПРИЛОЖЕНИЕ В - Блок организационного развития, работы с персоналом и административными вопросами 73](#_Toc156569807)

[ПРИЛОЖЕНИЕ Г - Примеры из планов по работе с вовлеченностью 74](#_Toc156569808)

# Введение

Актуальность выбранной темы определена тем, что современные рыночные отношения диктуют организациям необходимость разработки и внедрения системы ценностей, называемой корпоративной культурой, а также грамотно разработанная и реализованная корпоративная культура способствует повышению конкурентоспособности организации. Важность темы исследования обусловлена тем, что корпоративная культура дает организации собственный, оригинальный облик в глазах клиентов и партнеров, что является важным фактором конкурентоспособности предприятия в современных рыночных условиях.

Благодаря развитой рыночной экономике предприятия и организации могут функционировать по законам и принципам, помогающим им конкурировать на рынке услуг и товаров. Согласно данным законам и принципам формируются условия, создающие особенности культуры предприятий и организаций.

Проблемы, с которыми сталкиваются организации, вызывают определённую реакцию, формируют способ поведения, необходимый для решений данных проблем. Это формирует особенности корпоративной культуры, помогающие сотрудникам решать похожие проблемы.

Большое значение в формировании корпоративной культуры принадлежит коммуникациям, к которым можно отнести и собственные праздники, традиции, обычаи, легенды, истории. И то, как поддерживается, или не поддерживается значение статуса, возраста, пола. И даже в то, как организованы питание сотрудников, места для курения, отдыха и каковы условия пользования парковками и т. п.

В последние годы вопросы корпоративной культуры организаций все чаще привлекают внимание исследователей в области управления предприятием.

Конкурентоспособность организации во многом зависит от складывающейся в ней корпоративной культуры. При одинаковой форме собственности, специфике деятельности и величине производства, именно корпоративная культура отличает одно предприятие от другого.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка мероприятий по развитию корпоративной культуры в МУП «ГОРЭНЕРГО».

Исходя из цели были поставлены следующие задачи выпускной квалификационной работы:

* раскрыть понятие, сущность и принципы корпоративной культуры;
* исследовать процесс формирования и поддержания корпоративной культуры;
* провести анализ корпоративной культуры МУП «ГОРЭНЕРГО»;
* определить пути развития корпоративной культуры и оценить экономическую эффективность мероприятий.

Объект исследования: существующая корпоративная культура МУП «ГОРЭНЕРГО».

Предметом исследования является развитие корпоративной культуры МУП «ГОРЭНЕРГО».

Методы исследования: теоретический анализ научной литературы по заявленной теме, анкетирование, наблюдение, сравнение, обобщение.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена целью и задачами исследования и состоит из 66 страниц, включает введение, три главы, заключение, аналитический материал представлен в 8 рисунках и 14 таблицах, список из 42 использованных источников, 5 приложений.

# 1 Теоретичекие основы корпоративной культуры

## 1.1 Понятие и сущность корпоративной культуры

Каждая современная и динамично развивающаяся компания имеет свою корпоративную культуру. Некоторые вводят ее, следуя моде, другие же видят в этом бизнес-инструменте пользу, а иногда и необходимость.

Корпоративная культура, с одной стороны, это идеология любой компании, которая определяет такие понятия как «миссия» и «ценности», разрабатываемые многими корпорациями. Предприятие быстрее развивается благодаря сильной корпоративной культуре, естественно, в тандеме с грамотным руководством и отлаженным производственным процессом.

Различные определения корпоративной культуры, которые даются зарубежными и ответственными исследователями, приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Подходы к понятию корпоративной культуры[[1]](#footnote-1)

|  |  |
| --- | --- |
| Автор | Формулировка понятия «корпоративная культура» |
| Глаголева А.В., Земская Ю.Н.,Кузнецова Е.А. [4, С. 81-86] | - это модель ценностей, норм, убеждений, установок и допущений, которые, возможно, не выражены словами, но формируют то, как люди себя ведут и как они действуют. Ценностями называется то, что считается важным в поведении людей и организаций |
| Н. Лемэтр[6, с. 127 - 136] | - это система представлений, символов, ценностей и образцов поведения, разделяемая всеми членами фирмы». |
| С. Мишон и П. Шторн: [12] | - это совокупность поведения, символов, ритуалов и мифов, которые соответствуют разделяемым ценностям, присущих данной фирме, и передаются каждому её члену из уст в уста в качестве жизненного опыта |
| Уильям Оучи [7] | корпоративная культура состоит из «собрания символов, церемоний и мифов, которые сообщают всем членам данной организации важные представления о ценностях и убеждениях» |

1. Составлено автором по [4, 6, 12,7] [↑](#footnote-ref-1)