

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою
Туризм

на тему: **«Формування організаційної культури туристичного підприємства (на прикладі ТОВ "Селезньов Тур")»**
(назва теми)

Виконавець:

студент 47 групи факультету ФМЕ

Осипова Нонна Юріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

К.е.н. доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Бедрадіна Ганна Констянтинівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Організаційна культура - найпоширеніша галузь знань, яка є актуальною в серії управлінських наук. Загальним визначенням вона мається на увазі як система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, і притаманні даній корпорації, що відображають її індивідуальність. Тобто організаційна культура є основою життєвого потенціалу організації. Підтверджуваним фактом можливо вважати те, що ведення бізнесу в сфері туризму залежить від самого колективу підприємства, колективної поведінки, від взаємодії компанії з клієнтом (споживачем). Фактором підвищення конкурентоспроможності туристичної організації, а також ефективності виробництва туристичного продукту та управління є організаційна культура. Організаційна культура - це те, що пов'язує все і всіх в фірмі воедино. Те, що змушує і мотивує працювати в компанії відповідно до прийнятих правил. Така культура розглядається як потужний стратегічний інструмент, що дозволяє об'єднати працівників заради спільної мети, мобілізувати ініціативу, забезпечити відданість підприємству, полегшити спілкування. Організаційна культура дозволяє надати унікальний і неповторний вигляд для партнерів і клієнтів і сформуванню єдиної "родзинки", яка буде виділяти ту чи іншу фірму, роблячи її конкурентоспроможною в ринкових умовах.

Актуальність вказаних проблем та об'єктивна необхідність адаптації теоретичних, методичних і практичних основ формування організаційної культури на туристичних підприємствах зумовили вибір теми кваліфікаційної роботи.

Метою дослідження є розробка заходів щодо формування організаційної культури туристичного підприємства (на прикладі ТОВ «Селезньов Тур»)

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення наступних завдань:

- визначити сутність і функції організаційної культури;
- виявити особливості організаційної культури різних соціально-економічних систем;
- розглянути методичні підходи до аналізу організаційної культури підприємства;
- надати організаційно-економічну характеристику туристичному підприємству ТОВ «Селезньов Тур»;
- проаналізувати рівень організаційної культури на туристичному підприємстві ТОВ «Селезньов Тур»;
- розробити заходи щодо вдосконалення розвитку організаційної культури на туристичному підприємстві.

Об'єктом дослідження є процес вдосконалення розвитку організаційної культури на туристичному підприємстві.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методологічних, методичних та практичних питань щодо підвищення рівня розвитку організаційної культури ТОВ «Селезньов Тур».

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є логічно-діалектичні методи наукового пізнання, статистично-економічні, а також спеціальні методи, зокрема логічного узагальнення, системного аналізу; графічний (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування (при аналізі виробничої діяльності підприємства); конструктивний та експериментальний, статистично-економічний.

Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених а саме: Армстронга М., Бедрадіної Г.К., Герасименко В.Г., Давиденко І. В., Єськова Л.Г., Нездоймінова С.Г, Синицької, О. Л., Шейна Э. Х., Шольца К., та ін., законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані бухгалтерської, статистичної та внутрішньогосподарської звітності туристичних підприємств.

Інформаційна база дослідження. Дослідження по темі кваліфікаційної роботи проводилися за допомогою літературних джерел, методів аналізу, матеріали з офіційних сайтів, останніх досліджень науковців з даної тематики, праць вітчизняних та зарубіжних науковців, особистих досліджень і інформаційні джерела мережі Інтернет.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретико-методичні основи формування та розвитку організаційної культури підприємства» розкрито основні поняття організаційної культури туристичного підприємства.

Організаційну культуру можна назвати складним і багатоплановим явищем, яке має ряд тлумачень і визначень. Ще раніше організаційна культура виходила з терміну "корпоративна", який виник від латинського "corporatio" - об'єднання, співтовариство. Тому організаційна культура – це система особистих і колективних цінностей, що приймаються і розділяються всіма членами корпорації. Також, така культура являє собою комплекс ділових принципів, загально визнаних норм поведінки, звичаїв, ритуалів, прийняті більшою частиною співробітників в компанії або ж в її підрозділах в процесі роботи.

Вона є базисної частиною для успішного ведення туристичного бізнесу, а тому мати чітку сформовану організаційну культуру дуже важливо для туристичного підприємства. Організаційна культура впливає не тільки на ефективність роботи підприємства, а також впливає на конкурентоспроможність на туристичному ринку, допомагаючи розкрити можливості особистого потенціалу кожного співробітника підприємства.

Формування організаційної культури - тривалий і головоломний процес. Від цього залежить її подальше функціонування на різних стадіях життєдіяльності підприємства. Формування організаційної культури базується на культурі лідера. Він повинен виділяти основні цінності, за якими буде працювати кожен співробітник. Основні цінності такі:

- Точна мета підприємства (тобто те, для чого вона існує);
- Чіткий імідж компанії: наскільки високий її авторитет, лідерство на туристичному ринку;
- Наявності плану дій у керівника для підвищення лідерства на ринку;
- Повага до праці співробітника;
- Правильно підібраний підхід, стиль або підхід до управління;
- Серйозне ставлення керівника фірми до співробітників. Дуже важливо прислухатися до їхніх потреб, і давати право на надання нових ідей для покращення компанії;
- Справедливий розподіл заробітної плати з заохоченнями за старанну працю і можливістю підвищення за кар'єрними сходами;
- Інформування співробітників про життя, правила компанії та обов'язків кожного з персоналу;

– Створення чіткої колективної атмосфери. При розбіжності вміти швидко вирішити конфліктну ситуацію, яка буде вигідна кожному

Правильна організаційна культура дає можливість туристичному підприємству досягти всіх поставлених цілей і завдань.

У другому розділі «Дослідження ефективності організаційної культури туристичного підприємства ТОВ "Селезньов Тур»» проаналізовано туристичну діяльність ТОВ «Селезньов Тур». Було зроблено порівняльний SWOT-аналіз з найближчим конкурентом – туристичною компанією «Жара». У двох компаній, «Селезньов Тур» і «Жара», практично однаковий принцип роботи на ринку, проте, кожна має свою організаційну культуру. Завдяки даному аналізу було виділені слабкі, сильні сторони організаційної культури ТОВ «Селезньов Тур».

ТОВ «Селезньов Тур» має більшість слабих сторін, ніж сильних. При впровадженні необхідних заходів для вирішення проблем які існують в підприємстві дає достатню кількість можливостей для посилення конкурентоспроможності підприємства на ринку і хороших перспективах для подальшого зростання і розвитку.

Наступним дослідженням організаційної культури був методу анкетування співробітників компанії «Селезньов Тур». Впровадження анкетування для співробітників дав аналіз рівня організаційної культури в ТОВ «Селезньов Тур». Створене анкетування складається з 10 показників. Для кожного із співробітників підприємства необхідно встановити ці показники в правильній, на їхню думку, пріоритетності, а також відповісти на ці показники, поставивши оцінку за 10-ти бальною шкалою (від 1 до 10). Всі оцінки показників підсумовуються в загальний бал за яким можна визначити рівень організаційної культури.

Участь в анкетуванні взяли 6 співробітників компанії «Селезньов Тур». Згідно результатами з графіку ТОВ «Селезньов Тур» отримала 41 бали в анкетуванні, що згідно результатам отримує низький рівень організаційної культури. Туристична компанія «Селезньов Тур» в анкетуванні має в основному низькі оцінки, які визначають організаційну культуру компанії на низькому рівні. Деякі твердження занижені, що має повну логічність. Наприклад, багатьох працівників не влаштовує система заробітної плати, а також їх представлені ініціативи та нові ідеї не заохочуються. На жаль, в умовах пандемії, ТОВ «Селезньов Тур» скасувало систему заохочення співробітників, тому це негативно відобразилося на оцінках анкетування співробітників. Також негативною проблемою вважається перенавантаження директора. Керівник компанії бере на себе багато відповідальності, а тому дуже важко приділити час кожному працівникові, щоб вирішити всі існуючі питання. Компанії необхідно акцентувати увагу на впровадження різних тренінгів, майстер-класів, які допомагають отримати співробітникам нові навички в сфері туризму. Так само рідко проводяться корпоративні заходи для підвищення єдності дружнього колективу. Такі показники можуть призвести до погіршення обслуговування клієнтів у компанії.

У третьому розділі «Перспективи розвитку організаційної культури туристичного підприємства» було виявлені шляхи удосконалення, а саме впровадження інноваційної організаційної культури. Також запропоновані заходи щодо вдосконалення розвитку організаційної культури на туристичному підприємстві ТОВ «Селезньов Тур». Основними заходами для поліпшення організаційної культури підприємства наступні:

1. Створення етичного кодексу організаційної культури.

Виконавець заходу: Керівництво компанії «Селезньов Тур».

Ціна впровадження: безкоштовно

2. Бонусна мотивація персоналу.

Виконавець заходу: Керівництво компанії «Селезньов Тур».

Ціна впровадження: за рахунок продажів турпродуктів і прибутку підприємства «Селезньов Тур» .

3. Поліпшення соціально-психологічного клімату компанії.

Виконавець заходу: Співпраця компанії «Селезньов Тур» з Київською студією корпоративної психології «4ID» в режимі онлайн

Ціна впровадження: за рахунок компанії «Селезньов Тур».

Дані заходи можуть покращити організаційну культуру ТОВ «Селезньов Тур» , що підвищить рівень конкурентоспроможності підприємства на новий рівень.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити такі висновки. У роботі було розглянуто тему організаційної культури туристичного підприємства в цілому. Охарактеризовані теоретичні чинники організаційної культури на підприємстві, а також охарактеризована організаційна культура ТОВ «Селезньов Тур». Детально все було описано в трьох розділах дипломної роботи.

У першому розділі роботи була надана теоретична інформація про історію виникнення організаційної культури, були розглянуті її види та ознаки, а також способи її формування в туристичних компаніях.

Так ми дізнаємося, що для сильної туристичної компанії необхідно правильно сформулювати її організаційну культуру. Для цього туристичній фірмі варто визначити:

- цілі і цінності фірми;
- стратегії для створення і просування якісного туристичного продукту та його додаткових послуг;
- наявність цивілізованих правил поведінки і дисципліни працівників;
- наявність мотивації співробітників, розвинений психологічний клімат в компанії;
- підтримки конкуренції компанії на туристичному ринку.

Тобто, організаційна культура - це набір традицій, цінностей і символів організації, які необхідні для правильної роботи співробітників туристичної компанії. Правильно сформована організаційна культура дає значний результат компанії, підвищуючи її конкурентність на туристичному ринку.

У другому розділі був охарактеризований аналіз туристичної діяльності ТОВ «Селезньов Тур». Так само була проведена порівняльна характеристика організаційної культури даної компанії з компанією-контурентом ТОВ «Жара». На основі результатів були виділені основні проблеми, які погіршують організаційну культуру компанії «Селезньов Тур».

З розділу можна виділити те, що туристична компанія «Селезньов Тур» має низький рівень організаційної культури, а значить більшість співробітників незадоволені роботою на даному підприємстві. ТОВ «Селезньов Тур» має більшість слабких сторін, ніж сильних.

З слабких сторін можна виділити:

- низький рівень системи заробітної плати;
- ініціативи і нові ідеї співробітників не заохочуються;
- перенавантаження директора;

- в турфірмі рідко впроваджують різні тренінги, майстер-класи, які допомагають отримати співробітникам нові навички в сфері туризму;
- рідко проводяться корпоративні заходи для підвищення єдності дружного колективу.

При впровадженні необхідних заходів для вирішення виділених проблем компанії допоможе вивести її на новий рівень конкуренції, що дає хороші перспективи для подальшого зростання і розвитку на туристичному ринку.

У третьому розділі були винесені основні шляхи для поліпшення організаційної культури компанії «Селезньов Тур», а також був наданий детальний опис основних заходів, які слід впровадити для ефективної організаційної культури підприємства.

Так, з розділу можна виділити те, що будь-яка існуюча організаційна культура вимагає постійного контролю та удосконалення.

Для поліпшення організаційної культури ТОВ «Селезньов Тур» були виведені три основних заходи:

1. Поліпшення організаційної культури шляхом створення етичного кодексу, який розробляється директором компанії і буде виступати в якості реально працюючого документа з розділами. Завдяки кодексу: керівництву буде легше управляти персоналом, буде знижений рівень нерозуміння між співробітниками і керівництвом, що сприяє поліпшенню ефективності роботи персоналу в компанії, а отже, поліпшується конкурентоспроможність самої туристичної фірми.
2. Для більшої продуктивності персоналу ТОВ «Селезньов Тур» може розробити бонусну програму з наявністю 3 бонусних рівнів, де компанія буде збільшувати суму бонусів в 2 рази. Завдяки бонусів можна отримати знижку на рекламний тур або обміняти їх на цінні подарунки від компанії. Така програма буде збільшувати мотивацію співробітників, що призводить до поліпшення ефективності роботи персоналу в компанії, і буде значно впливати на її розвиток в майбутньому.
3. Для ТОВ «Селезньов Тур» необхідно поліпшити соціально-психологічний клімат компанії, так як він є одним з головних факторів, від якого залежить організаційна культура підприємства. Для цього рекомендується пройти тренінги щодо поліпшення корпоративної психології, за рахунок компанії.

АНОТАЦІЯ

Осипова Н.Ю. «Формування організаційної культури туристичного підприємства» (на прикладі ТОВ «Селезньов Тур»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності « 242 «Туризм»», за освітньою програмою «Туризм». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2021.

У роботі розглядаються основні теоретичні поняття, види, та методи організаційної культури туристичного підприємства. Проаналізовано туристичну діяльність ТОВ «Селезньов Тур». Було охарактеризовано організаційну культуру підприємства на основі SWOT-аналізу, а також завдяки методу анкетування співробітників компанії «Селезньов Тур». Виділені основні шляхи удосконалення організаційної культури. Запропоновані заходи щодо вдосконалення розвитку організаційної культури на туристичному підприємстві ТОВ «Селезньов Тур».

***Ключові слова:** організаційна культура, цінності організаційної культури, методи організаційної культури, персонал, туристичне підприємство, SWOT-аналіз, інноваційна культура, етичний кодекс організаційної культури, мотивація персоналу, соціально-психологічний клімат, стратегічне управління .*

ANNOTATION

Osipova N. "Formation of organizational culture of the tourist enterprise" (on the example of LLC "Seleznev Tour")

Qualification work for a bachelor's degree in "242" Tourism ", according to the educational program " Tourism ". - Odessa National Economic University. - Odessa, 2021.

In the work are considered the main theoretical concepts, types and methods of organizational culture of a tourist enterprise. Analyzed the tourist activity of LLC Seleznev Tour. The organizational culture of the enterprise was characterized on the basis of the SWOT-analysis, and also thanks to a method of questioning of employees of the Seleznev Tour Company. Highlighted the main ways to improve the organizational culture. Measures are proposed to improve the development of organizational culture at the tourist enterprise LLC "Seleznev Tour".

***Key words:** organizational culture, values of organizational culture, methods of organizational culture, personnel, tourist enterprise, SWOT-analysis, innovative culture, code of ethics of organizational culture, motivation of personnel, socio-psychological climate, strategic management.*