

Заказать дипломную работу от автора Вы можете на сайте www.diplomstudent.net

**ГРАФИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ К ДИПЛОМУ:
ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ
САЛОНА КРАСОТЫ**

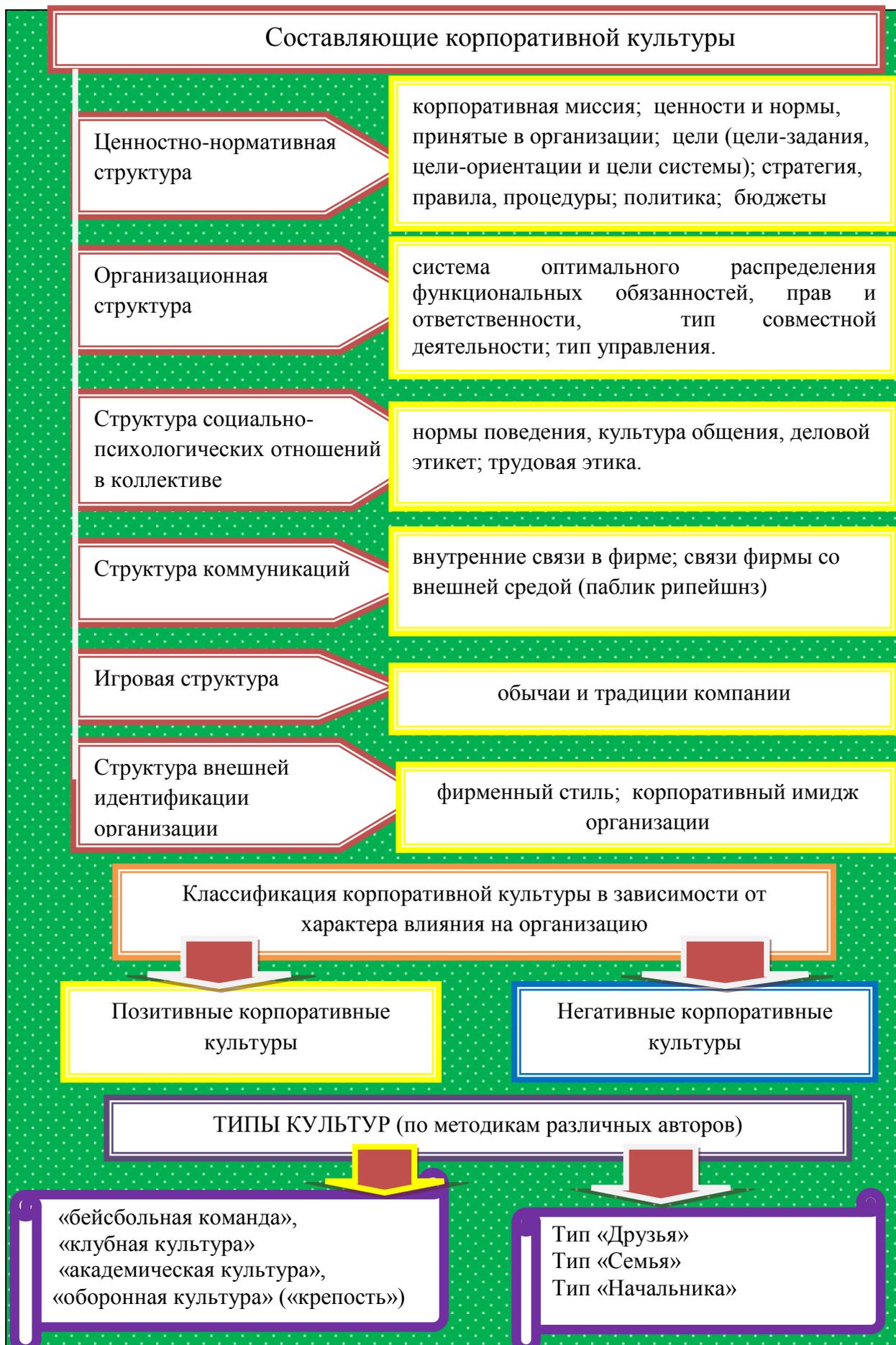


Рис. 1.1. Классификация корпоративной культуры и ее составляющие.

Характеристика отдельных типов совместной деятельности

№ п/п	Тип совместной деятельности	Основные черты
1	Индивидуальный	Минимальное взаимодействие между участниками труда. Каждый исполнитель имеет свой объем работ в соответствии с профессиональной позицией. Личное общение осуществляется в основном в непрямой форме: через компьютерные сети, телефон, телетайп и т.п. Общим является лишь предмет труда, в обработку которого каждый вносит свою лепту. Высокая инициативность, ориентация на индивидуальные достижения
2	Последовательный	Последовательное включение в работу исполнителей одного за другим в соответствии со спецификой технологического процесса и квалификацией каждого. Межличностное общение выражено в большей степени, чем при индивидуальном типе совместной деятельности. Высокая технологическая дисциплина. Четкое соблюдение нормативов
3	Взаимодействующий	Участие каждого работника в решении общей задачи. Характер труда отдельных работников определяется руководителем. Эффективность общей трудовой деятельности в равной степени зависит от вклада каждого члена коллектива. Высокая ориентация на авторитет лидера, коллективные цели, групповую нравственность
4	Творческий	Особый тип деятельности — совместное творчество; каждый участник в равной степени создатель чего-то нового, уникального. Особая активность участников, гибкость группы, изменчивость ее состава. Ориентация на профессиональное развитие. Данный тип особенно характерен для сфер науки и искусства

Таблица 1.2

Характеристика основных типов управления

№ п/п	Типы управления	характеристика
1	Бюрократический	Решения принимаются вышестоящим руководителем. Главный рычаг воздействия на подчиненных — приказы, наказания (т.е. сила). Указанный тип предполагает наличие технологически и организационно дисциплинированных сотрудников, беспрекословно выполняющих распоряжения начальства. Здесь инициатива минимальна
2	Демократический	Главным рычагом управления является закон, демократический по своему содержанию, обеспечивающий интересы как большинства, так и законопослушного меньшинства
3	Авторитарный	Главный рычаг управления — авторитет руководителя при беспрекословном подчинении исполнителей
4	Рыночный	Решения принимаются в соответствии с законами рынка, который и является мерилем эффективности этих решений. Основной рычаг воздействия на исполнителей — деньги
5	Коллективистский	Главный рычаг управления — знания, компетентность. Активное и равноправное участие всех высокопрофессиональных исполнителей в принятии решений.

Таблица 1.3

Взаимосвязь типов совместной деятельности, типов и рычагов управления

№ п/п	Тип совместной деятельности	Тип управления	Рычаг управления
1	Индивидуальный	Рыночный	Деньги
2	Последовательный	Бюрократический	Сила
3	Взаимодействующий	Авторитарный	Авторитет
4	Творческий	Демократический, коллективный	Знания

Перспективы компаний с различным уровнем корпоративной культуры

Уровень	Характеристика компании	Перспективы компании
Корпоративная культура	Развитая атрибутика корпоративной культуры; ориентация на получение прибыли, завоевание и удержание позиций на рынке; патриотизм, командный дух	При отсутствии способности учитывать быстро меняющиеся условия макросреды компания может стать неэффективной
Межкорпоративная культура	Открытость, готовность к изменениям. Корпоративная культура компании толерантна к другим культурам, их ценностям, нормам и атрибутам	Дополнительные возможности ведения бизнеса, расширение информационных ресурсов, развитие персонала, стабильное функционирование компании
Культура бизнеса	Готовность к социальному партнерству; взаимное обогащение корпоративной культуры компании и общественных ценностей	Развитые ценности и потребности формируют предпосылки для появления новых направлений деятельности

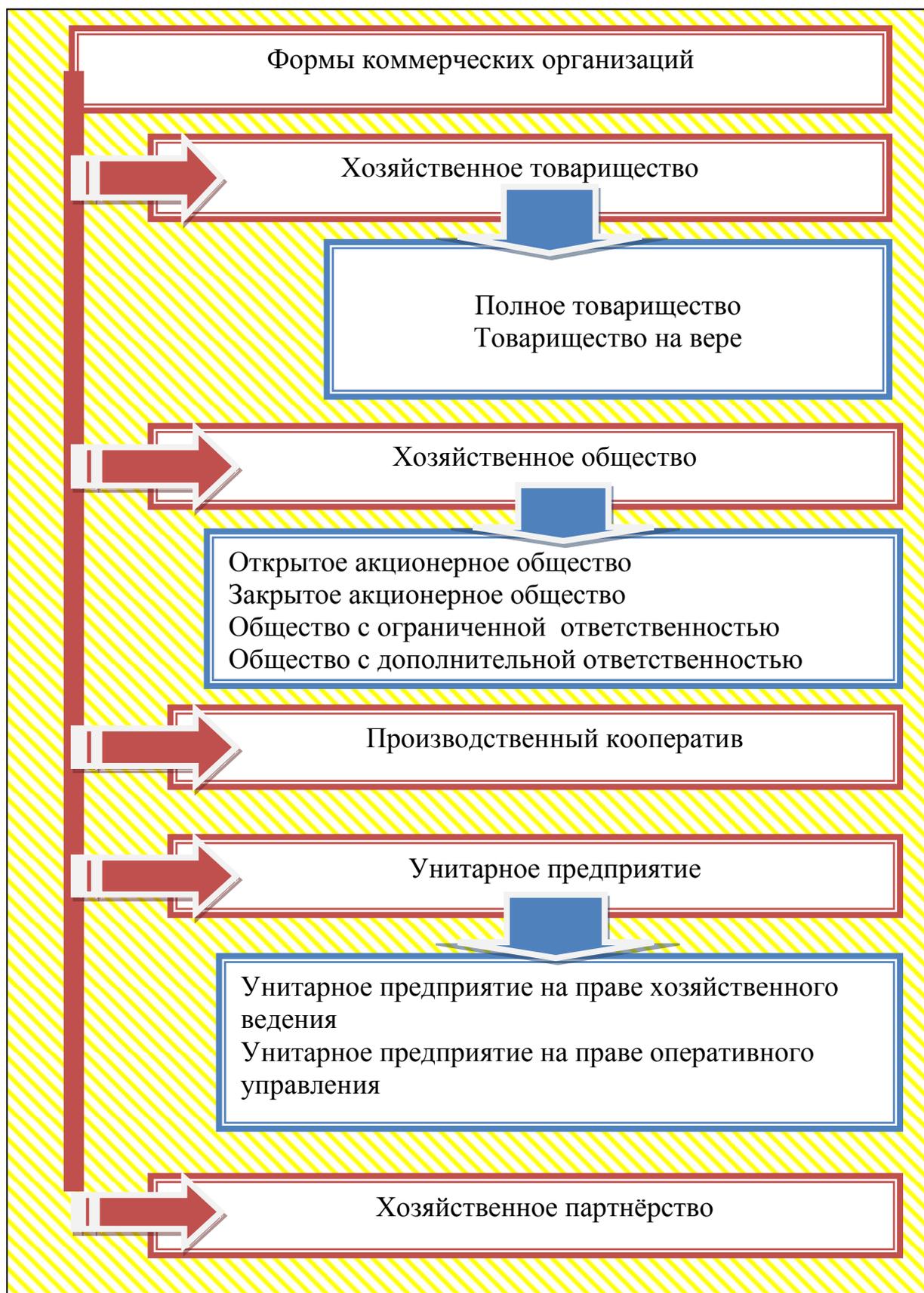


Рис.1.2.Классификация коммерческих организаций по организационно-правовой форме.



Рис. 1.3. Структура предпочтений населения в услугах салона красоты.



Рис. 1.4. Основные направления деятельности салона красоты.



Рис. 1.5. Миссия, видение, ценности салона красоты.

Классификация основных маркетинговых стратегий предприятия

№ п/п	стратегии	Характеристика стратегии
1	Стратегия качества	это разработка мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания потенциальных потребителей. Специалисты имеют высокую квалификацию и опыт работы.
2	Товарная стратегия	это разработка направлений оптимизации товарной номенклатуры и определение ассортимента товаров(услуг), наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего эффективность деятельности предприятия в целом.
3	Стратегия ценообразования	обоснованный выбор из нескольких вариантов цены (или перечня цен), направленный на достижение максимальной (нормативной) прибыли для фирмы на рынке в рамках планируемого периода.
4	Сбытовая стратегия	это долго- и среднесрочные решения по формированию и изменению сбытовых каналов, а также процессов физического перемещения товаров во времени и пространстве в рыночных условиях.
5	Стратегия стимулирования сбыта	Комплекс стимулирования сбыта состоит из четырех основных средств воздействия: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа. Стимулирование сбыта — кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара или услуг.

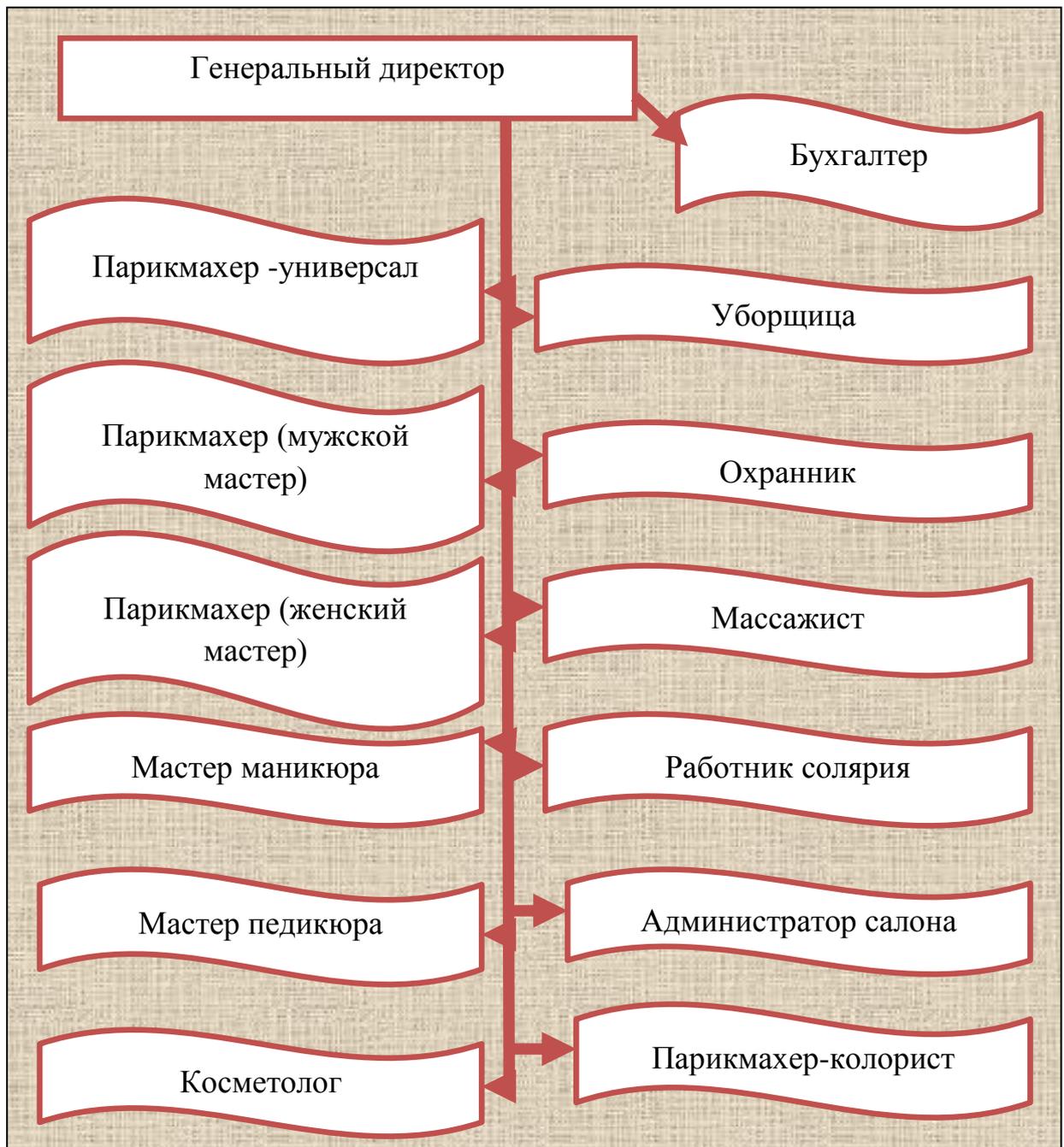


Рис.1.6.Организационная структура салона красоты.

Основные методы воздействия на персонал на предприятии

Методы	Меры воздействия	
Административные	Распорядительные	распоряжение руководства; координация работ; контроль исполнения.
	Материальная ответственность	депремирование; штраф.
	Дисциплинарная ответственность	выговор; увольнение.
Экономические	Оплата труда	премия; вознаграждение
Социально психологические	Психологические	убеждение; просьба; похвала; запрещение.
	Социальные	наблюдение; собеседование.

Методы решения конфликтных ситуаций в салоне красоты

№ п/п	Методы	Характеристика метода
1	Принуждение	разрешение конфликта силой характеризуется большой личной вовлеченностью в решение конфликта, но без учета мнений другой стороны. Этот стиль эффективен в ситуациях, где руководитель имеет большую власть над подчиненными, но он подавляет инициативу подчиненных, может вызвать их возмущение, так как не учитывает их точку зрения на возникшую ситуацию. Это стиль типа «выигрыш—проигрыш».
2	Игнорирование	Уклонение, уход от конфликта связан с отсутствием желания кооперироваться с другими или решать самому возникшую проблему, чтобы не попасть в ситуацию, чреватую разногласиями. Игнорирование несогласия может вызвать недовольство другой стороны. При таком подходе к конфликту проигрывают обе стороны, поэтому он приемлем в качестве временного выхода из ситуации.
3	Компромисс	Компромисс характеризуется умеренным учетом интересов каждой из сторон. Реализация данного метода связана с проведением переговоров, в ходе которых каждая из сторон идет на уступки, находится некий средний путь взаимодействия оппонентов, более или менее удовлетворяющий обоим. При компромиссе нет взаимной удовлетворенности сторон, но нет и неудовлетворенности. Это стиль типа «невыигрыш—непроигрыш». Компромисс может принести лишь частичное разрешение конфликтного взаимодействия, так как остается достаточно большая зона взаимных уступок, а полностью причины не устранены.
4	Сглаживание	Метод основан на стремлении кооперироваться с другими, учитывать их мнения, но без внесения своего сильного интереса. Этот метод помогает реализовать желания других, сохраняет благоприятный климат в коллективе, подчеркивает общность интересов и принижает их различия. К сожалению, иногда забывают про проблему, лежащую в основе конфликта. Это стиль типа «невыигрыш—выигрыш».

Структура внешней идентификации Салона красоты
(корпоративный имидж)

№ п/п	составляющие	Характеристика особенностей
1	Цвета фирмы	должны быть присущи светлые теплые тона с преобладанием розового, желтого и светло-бежевого цветов.
2	Логотип предприятия	Ножницы, расческа и др.
3	Музыкальное сопровождение	постоянное звучание в салоне негромкой мелодичной музыки: классики и стиля ретро

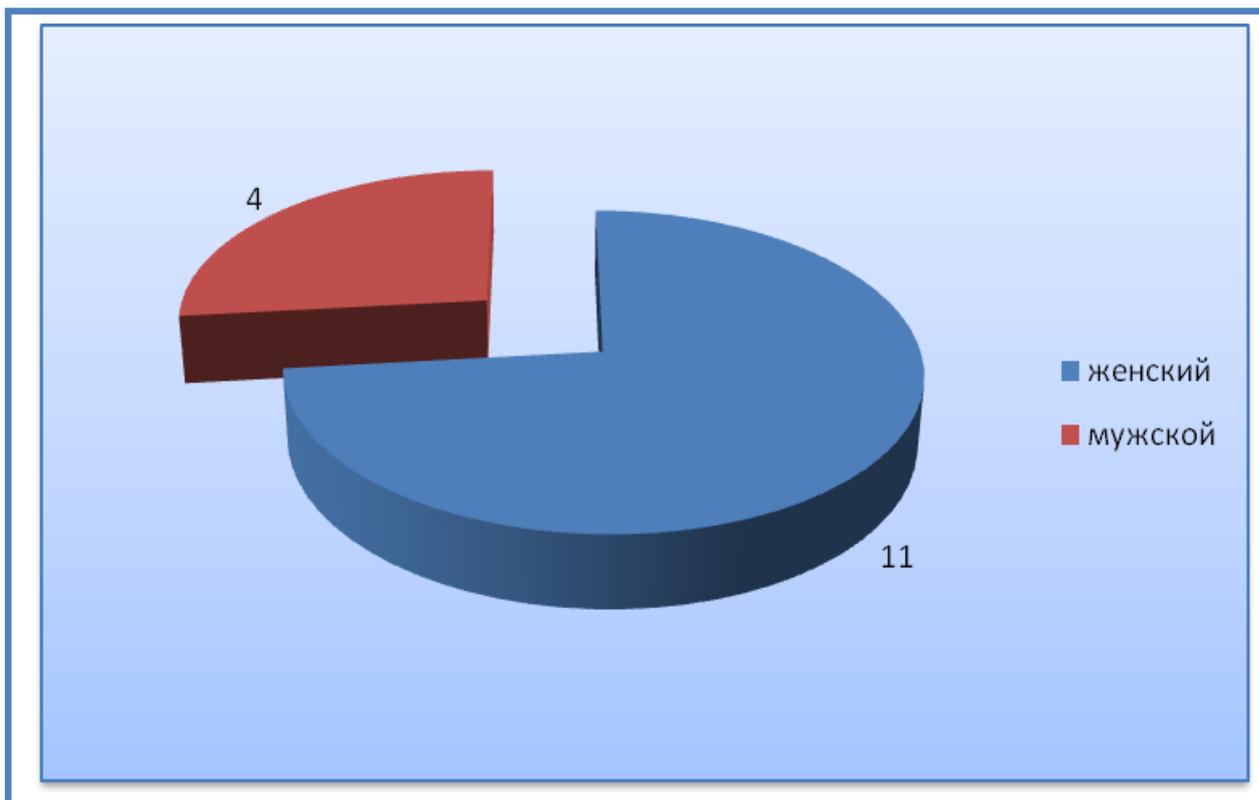


Рис.2.1. Структура работников салона –парикмахерской по полу.



Рис.2.2. Структура работников салона -парикмахерской по стажу работы и специализации.

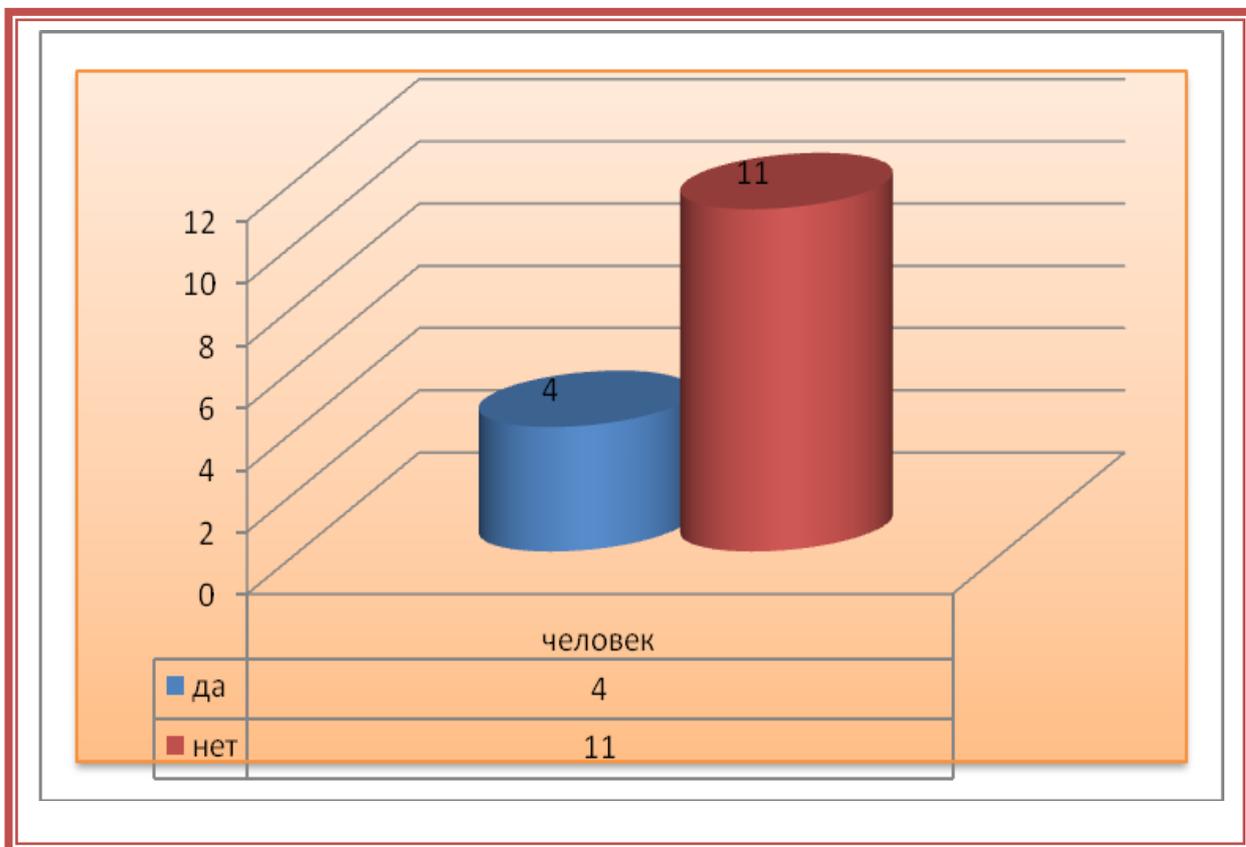


Рис.2.3. Результаты анкетирования на вопрос: Есть ли в Вашем салоне лидер.



Рис.2.4. Результаты тестирования на вопрос: какой стиль руководства в вашем салоне.

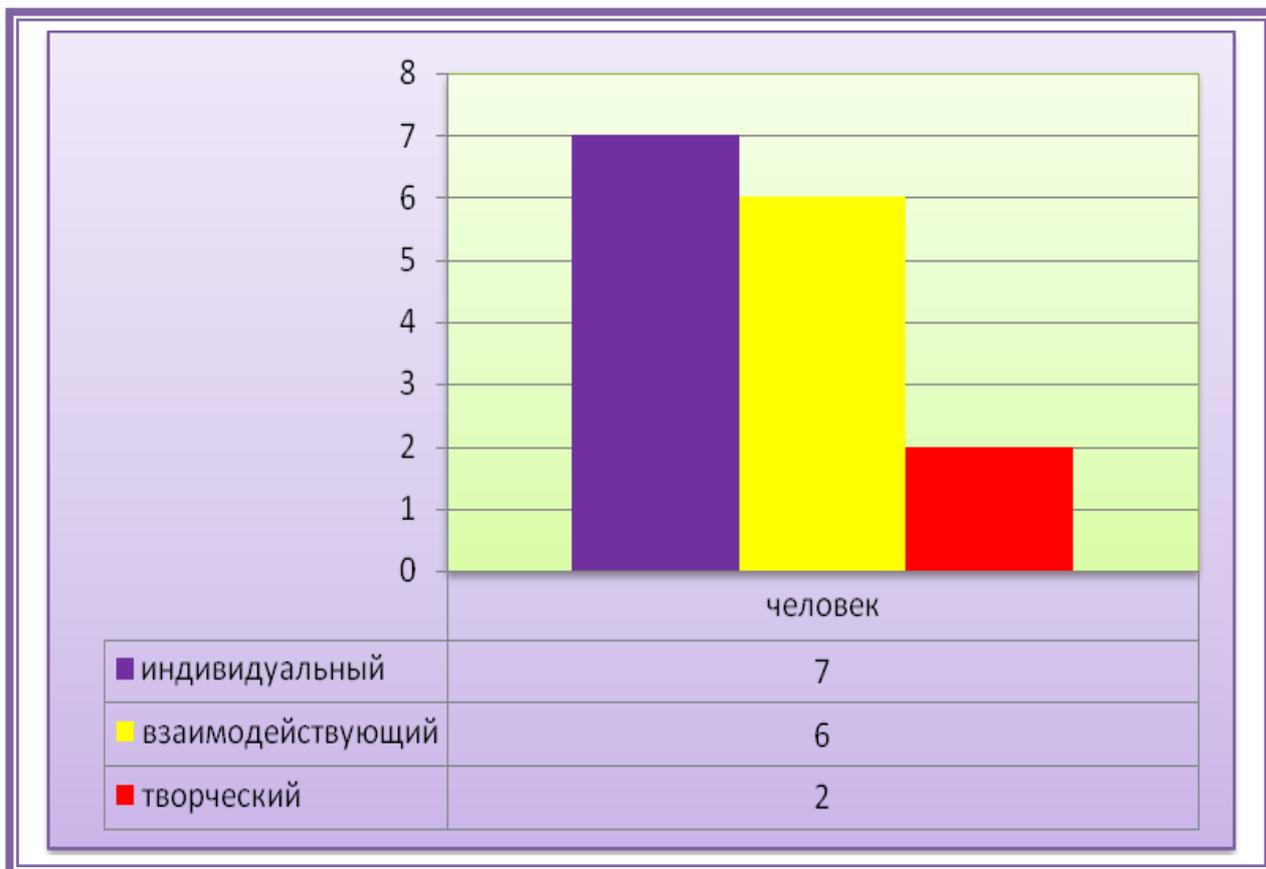


Рис.2.5. Результаты тестирования на вопрос: какого типа совместной деятельности Вы придерживаетесь.

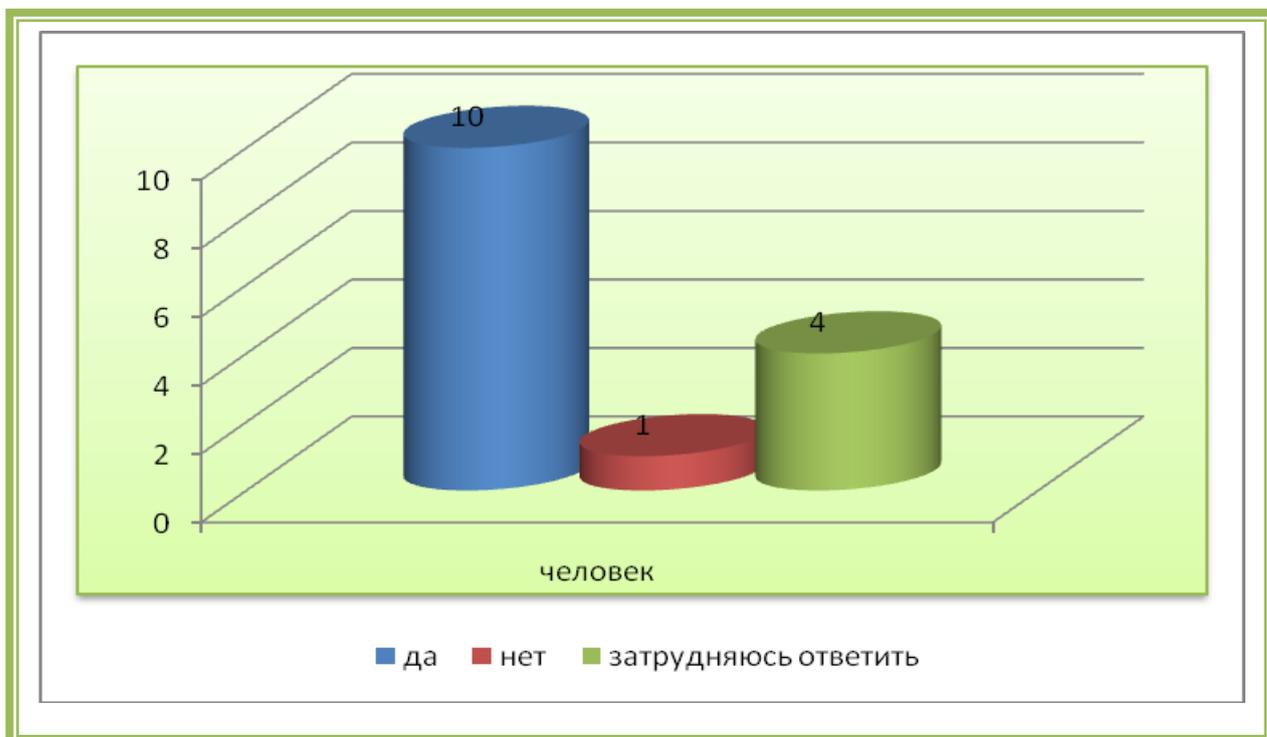


Рис.2.6. Результаты анкетирования на вопрос: устраивают ли Вас правила салона.

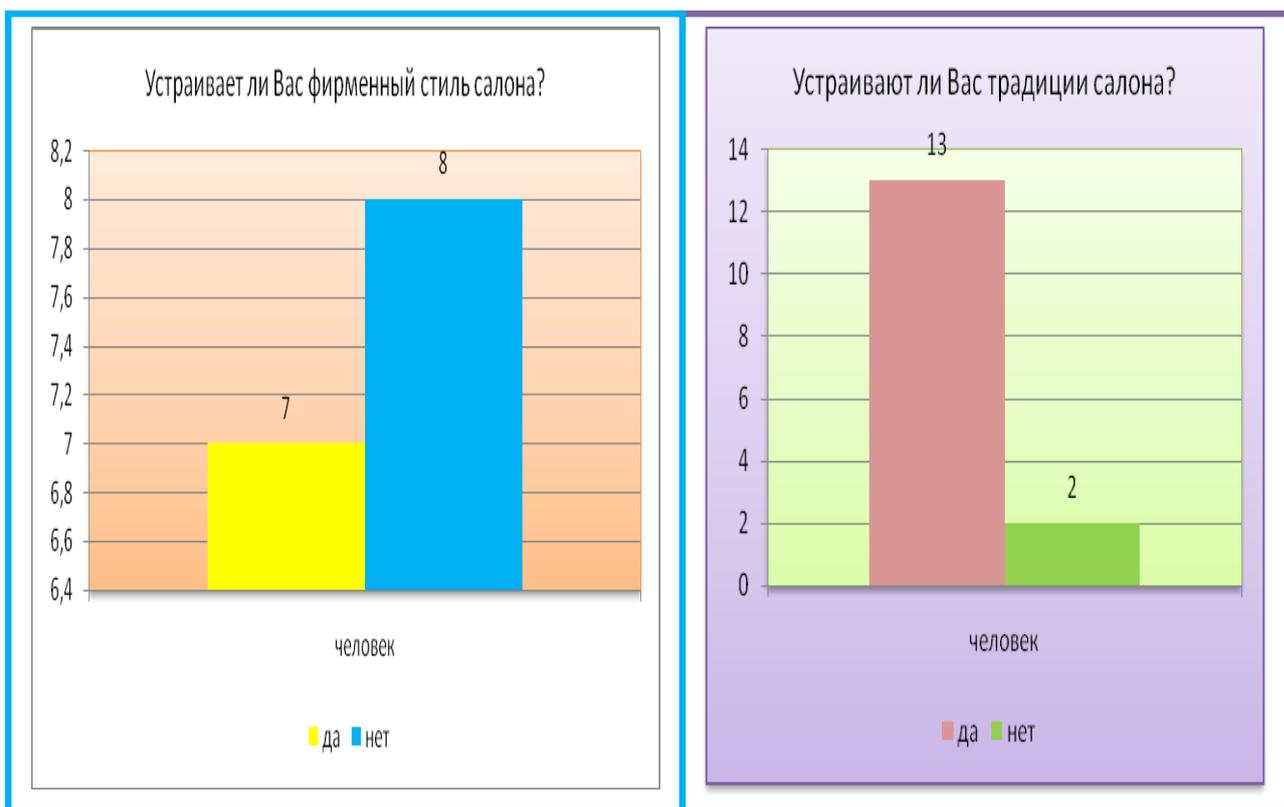


Рис.2.7. Результаты анкетирования на вопросы: Устраивает ли вас фирменный стиль салона и традиции салона.

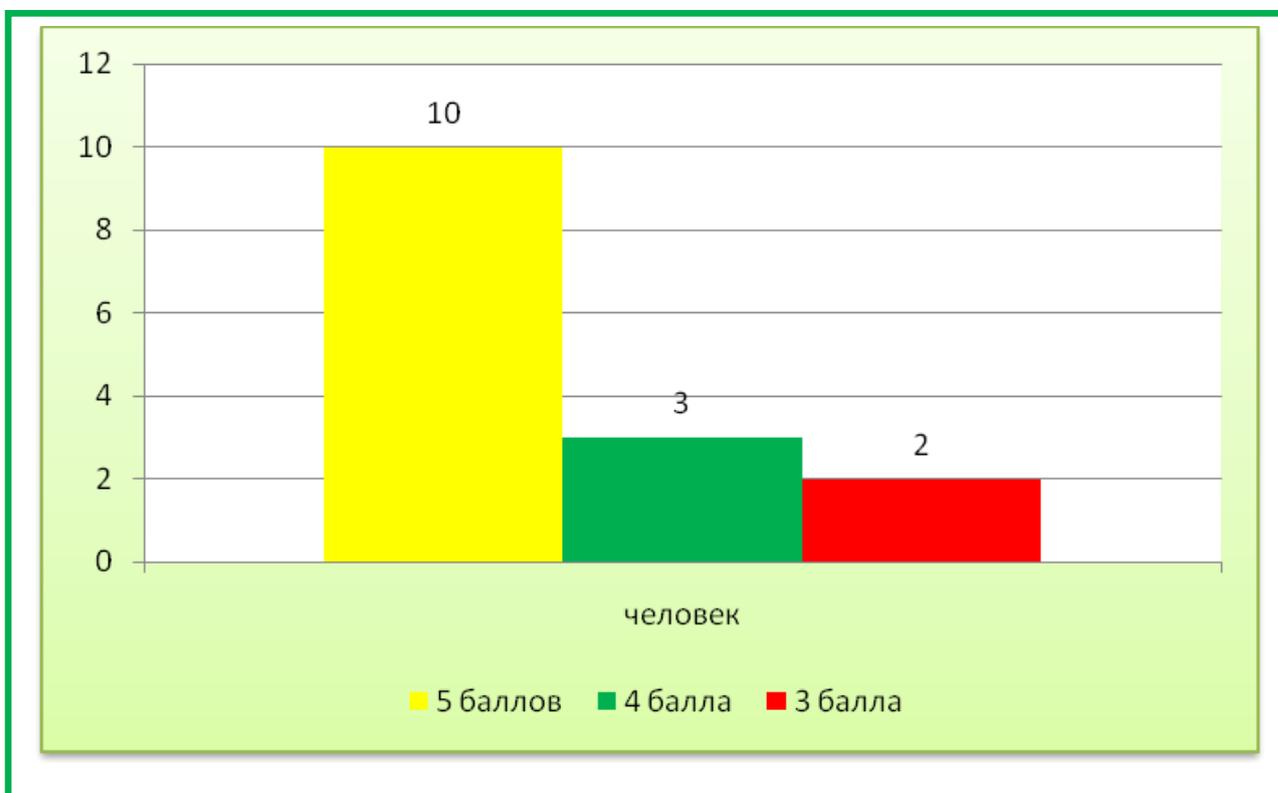


Рис.2.8. Результаты анкетирования на вопрос: Дайте оценку корпоративной культуре салона-парикмахерской по 5-ти бальной шкале.

Таблица 2.2

Анализ результатов тестирования сотрудников организации по методике В.В. Синявский, В.А. Федорошин (КОС) «Коммуникативные и организаторские склонности»

Уровень склонности	Коммуникативные склонности		Организаторские склонности	
	чел.	Доля, %	чел.	Доля. %
Низкий	2	13,33	6	40,0
Ниже среднего	3	20,0	0	0
Средний	4	26,66	3	20,0
Высокий	2	13,33	4	26,66
Очень высокий	4	26,66	2	13,33
итого	15	100	15	100

Таблица 2.3

Анализ результатов по методике В.Стефансон «Исследование основных тенденций поведения человека в реальной группе»

показатели	человек	Доля, %
Независимые	7	46,66
Зависимые	8	53,33
Необщительные	8	53,33
Общительные	7	46,66
Принятие борьбы	8	53,33
Избегание борьбы	7	46,66
итого	15	100,0

Таблица 2.4

Экспресс- диагностика доверия (по шкале Розенберга)

Показатель доверия	человек	Доля, %
низкий показатель доверия	3	20,0
средний показатель доверия	8	53,33
высокий показатель доверия	4	26,66
итого	15	100,0

Таблица 2.5

Анализ коммуникативной толерантности по методике В.В.Бойко

Количество баллов	человек	Доля, %
От 0-30	8	53,33
От 31-60	4	26,66
От 61-90	3	20,00
От 91 и выше	0	0
Итого	15	100,0

Таблица 2.6

Диагностика доброжелательности (по шкале Кэмпбелла)

уровень доброжелательности	человек	Доля, %
Низкий	2	13,33
Средний	9	60,00
высокий	4	26,66
Итого	15	100

Таблица 2.7

Диагностика коммуникативного контроля по методике М. Шнайдер

уровень коммуникативного контроля	человек	Доля, %
Низкий	1	6,66
Средний	6	40,0
высокий	8	53,33
Итого	15	100

Таблица 2.8

Анализ делового, творческого и нравственного климата в коллективе

уровень	Деловые качества коллектива		Нравственные качества коллектива		Творческие качества коллектива	
	человек	Доля, %	человек	Доля, %	человек	Доля, %
Ниже среднего	1	6,66	1	6,66	2	13,33
Чуть ниже среднего	2	13,33	3	20,0	4	26,66
низкий	0	0	0	0	2	13,33
Средний	2	13,33	5	33,33	6	
Выше среднего	8	53,33	4	26,66	0	0
Чуть выше среднего	2	13,33	2	13,33	1	6,66
Итого	15	100	15	100	15	100

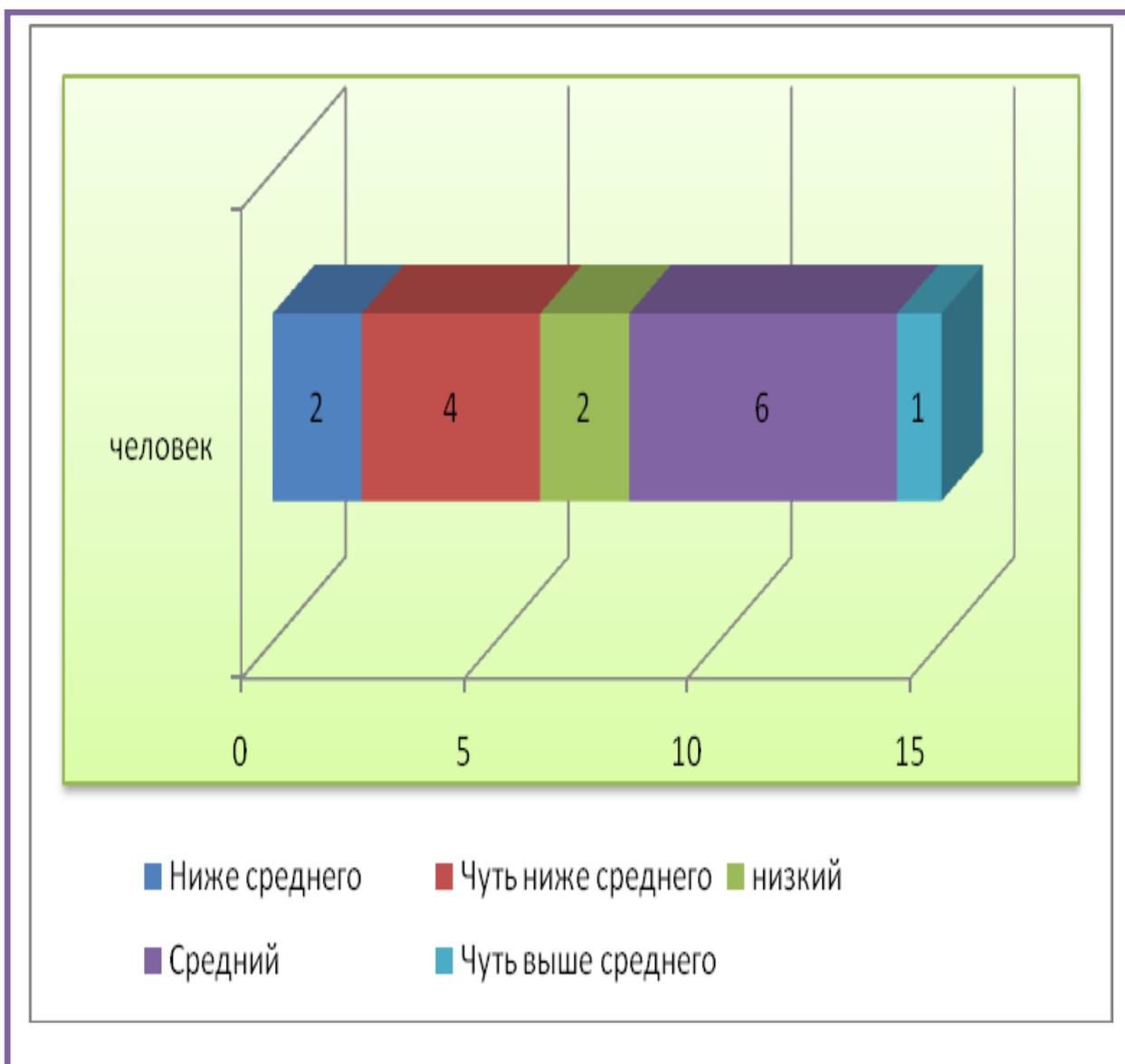


Рис.2.9.Творческие качества работников салона-парикмахерской.

Заказать дипломную работу от автора Вы можете на сайте www.diplomstudent.net

Таблица 2.9

Критерии для оценки участников конкурса

№ п/п	Участник	Чистота	Пропорция	Форма	Окраска	Образ	Итог
1							
2							
3							



Рис.2.10.Схема проведения мероприятия- конкурс парикмахеров в салоне красоты.

Заказать дипломную работу от автора Вы можете на сайте www.diplomstudent.net

Рис.2.11. Пример рекламы, размещенной в СМИ и центрах трудоустройства населения.

Таблица 2.10

Бюджет расходов на проведения конкурса парикмахеров в салоне
красоты

№ п/п	Статьи затрат	Единица измерения	Количество единиц	Цена, руб.	Общая сумма затрат, руб.
1	Покупка цветов для вручения победителям конкурса	штук	3	150,0	450,0
2	Покупка подарков для вручения победителям конкурса(коробка конфет)	штук	3	250,0	750,0
3	Изготовление фирменных бланков (диплом победителю конкурса)	штук	3	80,0	240,0
4	Затраты на бейджики для участников конкурса	штук	20	5,0	100
5	Затраты на бумагу (анкеты, объявления и др.)	штук (пачка)	1	190,0	190,0
6	Затраты на рекламу в СМИ	единиц	8	880,0	7040,0
7	Итого затрат на проведение конкурса парикмахерского искусства				8770,0

Анкета на участие в конкурсе парикмахерского искусства

№ п/п	вопросы	ОТВЕТЫ	
1	Ф.И.О. участника	<hr/> <hr/> <hr/>	
2	Дата и место рождения	<hr/> <hr/> <hr/>	
3	Место работы	<hr/> <hr/> <hr/>	
4	Занимаемая должность	<hr/> <hr/> <hr/>	
5	Образование(наименование учебного заведения)	<hr/> <hr/> <hr/>	
6	Стаж работы парикмахером	<hr/>	
7	Разряд	<hr/>	
8	Телефон рабочий	<hr/>	
9	Телефон домашний (мобильный)	<hr/>	
10	Номинации конкурса в которых хотите принять участие:(отметить галочкой)	«Свадебная прическа»	<input type="checkbox"/>
		«Вечерняя прическа»	<input type="checkbox"/>
		«Салонная стрижка»	<input type="checkbox"/>
		«Креативная стрижка»	<input type="checkbox"/>
		«Мужская салонная (креативная) стрижка»	<input type="checkbox"/>
		Детская фантазийная прическа.	<input type="checkbox"/>

Анкета для участия в конкурсе парикмахеров в качестве модели

№ п/п	вопросы	ОТВЕТЫ	
1	Ф.И.О.	<hr/> <hr/> <hr/>	
2	Ваш возраст	<hr/> <hr/>	
3	Длина волос (поставить галочку)	Короткие	<input type="checkbox"/>
		средние	<input type="checkbox"/>
		длинные	<input type="checkbox"/>
4	Цвет волос	<hr/>	
5	В какой номинации Вы хотели бы принять участие (поставить галочку)	«Свадебная прическа»	<input type="checkbox"/>
		«Вечерняя прическа»	<input type="checkbox"/>
		«Салонная стрижка»	<input type="checkbox"/>
		«Креативная стрижка»	<input type="checkbox"/>
		«Мужская салонная (креативная) стрижка»	<input type="checkbox"/>
		Детская фантазийная прическа.	<input type="checkbox"/>
6	Телефон рабочий	<hr/>	
7	Телефон домашний (мобильный)	<hr/>	

Результаты отбора для участия в конкурсе парикмахеров

№ п/п	Ф.И.О. участника	номинации
1	Андреева Галина Михайловна	"Вечерняя прическа"
2	Алексееенко Наталья Ивановна	"Мужская салонная (креативная) стрижка»"
3	Болотникова Жанна Эдуардовна	"Креативная стрижка"
4	Вишневская Валентина Николаевна	"Свадебные прически"
5	Дмитриенко Оксана Павловна	"Свадебные прически"
6	Иванова Мария Сергеевна	"Вечерняя прическа"
7	Кудрявцева Александра Олеговна	"Мужская салонная (креативная) стрижка»"
8	Лабудина Наталья Ивановна	"Свадебные прически"
9	Лавренко Маргарита Глебовна	"Детская фантазийная прическа»"
10	Лаврина Людмила Романовна	"Вечерняя прическа"
11	Маврыкина Евгения Евгеньевна	"Вечерняя прическа"
12	Магерова Галина Сергеевна	"Детская фантазийная прическа»"
13	Набатова Елена Евгеньевна	"Свадебные прически"
14	Нагайцева Лилия Михайловна	"Креативная стрижка"
15	Наврозова Василина Павловна	"Вечерняя прическа"
16	Прокопенко Эльвира Романовна	"Мужская салонная (креативная) стрижка»"
17	Молодых Виктория Александровна	"Вечерняя прическа"
18	Чеботникова Лариса Викторовна	"Креативная стрижка"
19	Ясина Татьяна Игоревна	"Свадебные прически"
20	Якинчук Инна Васильевна	"Вечерняя прическа"

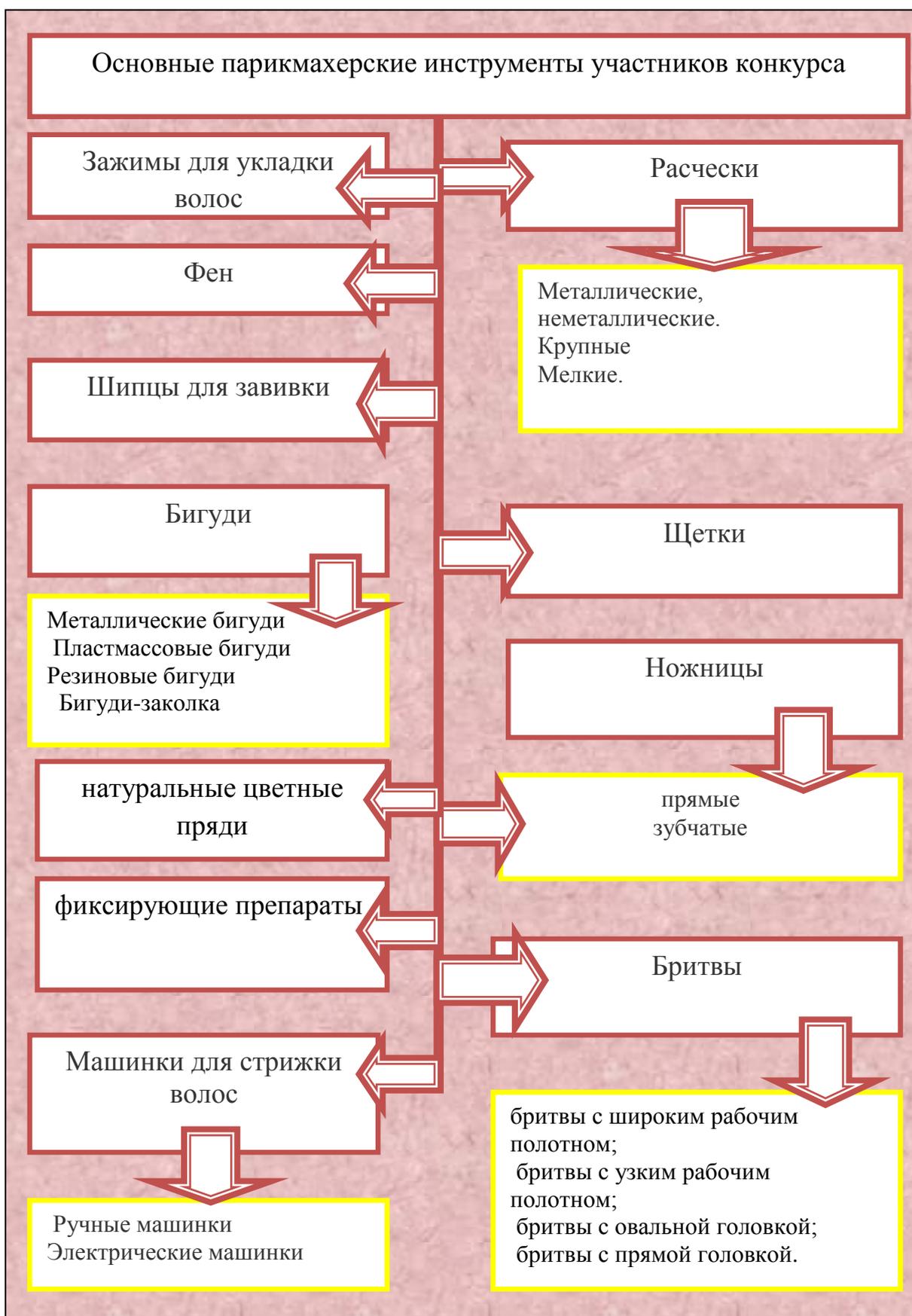


Рис.2.16. Основные парикмахерские инструменты, которые должны иметь при себе участники конкурса парикмахерского искусства (в зависимости от номинации).



Рис.2.17. Участники всех этапов конкурса парикмахерского искусства в салоне красоты.

Сценарный план парикмахерского искусства в салоне красоты

№ п/п	Сценарий конкурса	время
1	Вступительное слово ведущей конкурса	13.00 час
2	Объявление первого этапа конкурса (приглашение первых 5 конкурсантов)	13.20 час
3	перерыв	14.00
4	Объявление второго этапа конкурса (приглашение следующих 5 конкурсантов)	14.20
5	перерыв	15.00
6	Объявление третьего этапа конкурса (приглашение следующих 5 конкурсантов)	15.20
7	перерыв	16.00
8	Объявление четвертого этапа конкурса (приглашение следующих 5 конкурсантов)	16.20
9	перерыв	17.00
10	Подведение итога конкурса, подсчет баллов	17.10
11	Объявление победителей конкурса, вручение дипломов, подарков	17.30



Рис.2.15.Призовые места участников конкурса парикмахеров в салоне красоты.

Заказать дипломную работу от автора Вы можете на сайте www.diplomstudent.net