



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Контрольная работа по организационному поведению

Тема: Контрольная: Проявления и источники формирования организационной культуры McDonald's и Ritz-Carlton

Задание 2

Ritz-Carlton

Ritz-Carlton построила атмосферу и культуру, позволяющую ей успешно развиваться в качестве постоянно растущей элитной сети отелей в условиях крайне конкурентного рынка. В Ritz-Carlton все сотрудники являются частью команды, каждый член которой делает все от него зависящее, чтобы полностью удовлетворить потребности клиента. В этом сотрудникам помогает свод правил, получивший название «Золотой стандарт». Что еще более важно, существует политика, практика и процедуры, служащие поддержанию интереса и вознаграждению сотрудников в процессе их работы. В Ritz-Carlton каждый сотрудник осознает свою ценность. Их девиз: «Мы – леди и джентльмены – предлагаем свои услуги леди и джентльменам». Гости и сотрудники получают одинаково хорошее обслуживание; в атмосфере и культуре Ritz-Carlton нет никаких противоречащих понятий.

McDonald's

Главная цель компании McDonald's – предоставлять своим покупателям качество, обслуживание, удобство и ценность. Рей Корк, основатель компании, хотел создать сеть ресторанов, которая была бы известна своим высоким качеством и единым (общим) методом приготовления пищи. Он создал университет Гамбургер, в котором все желающие могли получить знание в области Гамбургерологии. Политика и процедуры компании McDonald's детально описывают обязанности сотрудников и их поведение на

работе. К примеру, там указывается, насколько часто должны чиститься туалеты и каким лаком для ногтей следует пользоваться. Культура McDonald's поддерживается также различными соревнованиями и церемониями награждения тех франчайзи, кто лучше всех справляется с поставленными целями. Недавно McDonald's начала использовать набор бизнес-практик, получивший название «Franchising 2000». Два ключевых его компонента: франчайзи должны получать одобрение ежегодных финансовых планов, и для всех продуктов устанавливается единая ценовая политика. Франчайзи, не удовлетворяющие обновленным требованиям, рискуют потерять свою франшизу после окончания срока ее действия. McDonald's предпочитает нанимать директоров, обладающих такими традиционными ценностями, как лояльность и преданность.

Вопросы и задания:

1. Определите общие проявления организационной культуры в McDonald's и Ritz-Carlton.
2. Каковы источники формирования организационной культуры в Ritz-Carlton и McDonald's?

Решение:

1) Определите общие проявления организационной культуры в McDonald's и Ritz-Carlton.

Общие проявления организационной культуры в McDonald's- в компании предусмотрены различные соревнования и церемонии награждения тех франчайзи, кто лучше всех справляется с поставленными целями. **Эта типология культуры относится к типологии С.Ханди - культура задачи/культура Афины (символ «сеть»).**

Культура задачи/культура Афины (символ «сеть») – ориентация на решение сложных, неординарных задач, сеть подразделений-команд со значительной автономией, концентрация ресурсов на решении проблем, оценка сотрудников в зависимости от творческого мышления, интуиции, таланта, групповое принятие решений, поощрение саморазвития, умения работать в команде, большие властные полномочия у экспертов.

Общие проявления организационной культуры в Ritz-Carlton- в компании Ritz-Carlton все сотрудники являются частью команды, каждый член которой делает все от него зависящее, чтобы полностью удовлетворить потребности клиента. В этом сотрудникам помогает свод правил, получивший название «Золотой стандарт». Что еще более важно, существует политика, практика и процедуры, служащие поддержанию интереса и вознаграждению сотрудников в процессе их работы. Эта типология культуры относится к типологии Р.Блейка и Дж.Моутон, подтип культуры- организационное управление.

Р.Блейка и Дж.Моутон – характеризует тип организационной культуры сочетанием двух видов ценностных ориентаций: ориентация на продукцию (на эффективность работы, экономический результат) и ориентация на личность работника (удовлетворение потребностей, реализация возможностей и способностей).

Организационное управление – баланс интересов сотрудников и компании в рамках четко установленных правил и процедур. Минусы: «неповоротливость» и негибкость, все, что не предусмотрено правилами и инструкциями, решается с большим трудом и медленно.

2) Каковы источники формирования организационной культуры в Ritz-Carlton и McDonald's?

Источники организационной культуры можно представить в виде таблицы 2.

Таблица 2

Источники формирования организационной культуры Ritz-Carlton и McDonald's

№ п/п	Источники организационной культуры	Организационная культура
1	Факторы внешней среды – природные условия или исторические события, повлиявшие на развитие общества	<p>Внешняя среда Ritz-Carlton – очень конкурентная. Поэтому компания Ritz-Carlton построила атмосферу и культуру, позволяющую ей успешно развиваться в качестве постоянно растущей элитной сети отелей в условиях крайне конкурентного рынка.</p> <p>Внешняя среда компании McDonald's – это ресторанный бизнес, который создает конкуренцию. Поэтому Рей Корк, основатель компании, хотел создать сеть ресторанов, которая была бы известна своим высоким качеством и единым (общим) методом приготовления пищи. Он создал университет Гамбургер, в котором все желающие могли получить знание в области Гамбургерологии.</p>
2	Общественные ценности и национальная культура страны – свобода личности, уважение и доверие властям, нацеленность на действие, жизненная позиция	<p>Жизненная позиция Ritz-Carlton: В Ritz-Carlton каждый сотрудник осознает свою ценность. Их девиз: «Мы – леди и джентльмены – предлагаем свои услуги леди и джентльменам». Гости и сотрудники получают одинаково хорошее обслуживание; в атмосфере и культуре Ritz-Carlton нет никаких противоречащих понятий.</p> <p>Жизненная позиция McDonald's: McDonald's предпочитает нанимать директоров, обладающих такими традиционными ценностями, как лояльность и преданность.</p> <p>McDonald's начала использовать набор бизнес-практик, получивший название «Franchising 2000». Два ключевых его компонента: франчайзи должны получать одобрение ежегодных финансовых планов, и для всех продуктов устанавливается единая ценовая политика. Франчайзи, не удовлетворяющие обновленным требованиям, рискуют потерять свою франшизу после окончания срока ее действия.</p>
3	Факторы внутренней среды – технологии, история (личности и события) организации.	<p>В Ritz-Carlton все сотрудники являются частью команды, каждый член которой делает все от него зависящее, чтобы полностью удовлетворить потребности клиента. В этом сотрудникам помогает свод правил, получивший название «Золотой стандарт». Что еще более важно, существует политика, практика и процедуры, служащие поддержанию интереса и вознаграждению сотрудников в процессе их работы. Гости и сотрудники получают одинаково хорошее обслуживание; в атмосфере и культуре Ritz-Carlton нет никаких противоречащих понятий.</p> <p>Главная цель компании McDonald's – предоставлять своим покупателям качество, обслуживание, удобство и ценность.</p> <p>Политика и процедуры компании McDonald's детально описывают обязанности сотрудников и их поведение на работе. К примеру, там указывается, насколько часто должны чиститься туалеты и каким лаком для ногтей следует пользоваться. Культура McDonald's поддерживается также различными соревнованиями и церемониями награждения тех франчайзи, кто лучше всех справляется с поставленными целями.</p>

