

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Рюмкина К.А., Иванова Е.С., Борисик М.П. Анализ организации «ДОДО» как социокультурного объекта // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2022. – №8 (август). – АРТ 40-эл. – 0,3 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОСТИ

УДК 658

Рюмкина Ксения Алексеевна

студентка 4 курса,

Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента

Иванова Екатерина Сергеевна

студентка 4 курса,

Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента

Борисик Максим Павлович

студент 4 курса,

Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента

Научный руководитель: Пронин А. С.

НИУ «Высшая школа экономики»

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

e-mail: karyumkina@edu.hse.ru

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ «ДОДО» КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ОБЪЕКТА

Аннотация: В статье описаны результаты анализа деятельности пиццерии «Додо»: сильные и слабые стороны. Также выдвинуты идеи для дальнейшего развития компании.

Ключевые слова: пиццерия, теория организации, организационная структура, развитие.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Ryumkina Ksenia Alekseevna

4th year student,

St. Petersburg School of Economics and Management

Ivanova Ekaterina Sergeevna

4th year student,

St. Petersburg School of Economics and Management

Borisik Maxim Pavlovich

4th year student,

St. Petersburg School of Economics and Management

Supervisor: **Pronin A. S.**

Higher School of Economics

Saint Petersburg, Russian Federation

ANALYSIS OF THE DODO ORGANIZATION AS A SOCIO-CULTURAL OBJECT

Abstract: The article describes the results of the analysis of the activity of the pizzeria "Dodo": strengths and weaknesses. Ideas for further development of the company have also been put forward.

Keywords: pizzeria, theory of organization, organizational structure, development.

На сегодняшний день пиццерия «Додо» является примером открытой и развивающейся организации. Проведения анализа сети пиццерии №1 в России позволит выявить сильные стороны организации, которые позволяют добиваться такого успеха, так же отметим слабые стороны, на основе которых сможем выдвинуть свои идеи и предложения для последующего развития компании.

Безусловно, существует множество способов классификации организации. Обратим внимание на подробный анализ данной пиццерии относительно различных критериев.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Критерии	Характеристика	Пример
Отношение к прибыли: коммерческие, некоммерческие	Коммерческая организация	«Додо» является коммерческой организацией, так как ее деятельность направлена на получение прибыли: выручка всех пиццерии «Додо» в России с начала 2020 года составила 18 741 559 171 руб.
Форма собственности: государственные, частные, муниципальные	Частная организация	«Додо» является частной организацией, так как пиццерия находится под управлением компании «Пицца Венчур», которая на 90,3% принадлежит Овчинникову.
По расположению: на одной территории, в разных географических точках, на одной географической точке	В разных географических точках	Рассматриваемая сеть ресторанов быстрого питания, специализирующаяся на пицце, состоит из 659 заведений, которые находятся в 14 странах мира по данным на 2020 г.
Степень открытости: открытые, закрытые	Открытая организация	Во-первых, организация зависит от клиентов и заказчиков из внешнего мира. Во-вторых, организация получает обратную связь из внешней среды и реагирует на нее, например, организует проект «Тайный покупатель». Кроме того, франчайзинг является признаком открытой системы, реагирующей на внешнюю среду. Также регулярно организуются экскурсии для детей и мастер-классы в каждом филиале пиццерии. На официальном сайте всегда идет трансляция с кухни каждой пиццерии. Стеклопакетные стены также подчеркивают открытость компании.
Классификация А. И. Пригожина: деловые (сфера услуг, производство); союзные; ассоциативные	Деловая организация	Организация является деловой, так как имеет структуру и высокую формализацию отношений. В то же время важно отметить, что компания «Додо», с одной стороны, осуществляет производство пицц и других продуктов питания, с другой стороны, обеспечивает клиенту услугу.
Классификация Ч. Барнарда: по масштабу охвата (социальные и частные); по степени жесткости и формализации	Частная организация Скорее относится к скалярной	Ч. Барнард относит к социальным организациям только государство, следовательно, пиццерия является частной организацией по данной классификации. Пиццерия «Додо» предлагает своим клиентам конечный продукт, это может

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Критерии	Характеристика	Пример
Иерархически построенных властных структур (скалярные; латеральные) 1. Скалярные организации – наличие конечного продукта, жесткая иерархия. 2. Латеральные – нет жестокой иерархии и конечного продукта.	нежели к латеральной	быть пицца, тостер, стартер, десерт или даже напиток, поэтому по классификации Ч. Барнарда рассматриваемую организацию стоит отнести к скалярным.
По организационно-правовой форме: товарищества, общества, унитарные предприятия, производственные кооперативы, некоммерческие организации	Общество	Организация «Додо» является обществом с ограниченной ответственностью.
По количеству видов производимой продукции: комбинированные, специализированные, многопрофильные	Специализированная организация	«Додо» предлагает своим клиентам разнообразные пиццы, кроме того, в свое меню они включили различные закуски и десерты.
По устойчивости во времени: сезонные, несезонные	Несезонная организация	Продукция, которую предлагает компания «Додо», является популярной среди клиентов вне зависимости от сезона. За последние несколько лет количество пиццерии по всей стране выросло в несколько раз, что свидетельствует об успехе и популярности среди потребителей.

В качестве основной миссии компании можно выделить несколько ключевых аспектов:

- Доставлять людям радость (С помощью качественного продукта, культуры доверия между покупателем и продавцом, открытости и желания превосходить ожидания).
- Стремление сделать мир лучше (За счет повышения стандартов качества и сервиса в области доставки, ведения открытого бизнеса, развития предпринимательства).
- Построить глобальную компанию (Благодаря профессионализму, саморазвитию, ощущению гармонии и счастья среди сотрудников).

В миссию также входят некоторые особенности организации, которые отличают ее от других. К примеру, чтобы повысить уровень сервиса в сфере доставки было создано правило «60 минут или пицца бесплатно». Курьеры всегда стараются доставить заказ вовремя, но иногда что-то может им помешать. Поэтому была придумана данная акция для того, чтобы показать клиентской базе свое сожаление за предоставленные неудобства. Помимо этого, следует выделить трепетное отношение к предоставлению услуг и гарантированному качеству продукции. Еженедельный рейтинг помогает мотивировать сотрудников на продуктивную и образцовую работу. Также на всех кухнях стоят видеокамеры, которые позволяют посетителям наблюдать за приготовлением заказов через сайт в режиме онлайн. Такая идея увеличит уровень доверия со стороны потребителей и придаст уверенность в высоком качестве потребляемой услуги.

В связи со стремительным ростом компании ставятся новые задачи и намерения, которые необходимо выполнять для успешного развития. Ведь будущее компании во многом определяется стратегическими решениями. Рассмотрим стратегию действий компании по модели SMART:

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

- Критерий 1 S – Specific (Конкретность и ясность)
 - a. Увеличить доход
 - b. Привлечь новых клиентов и не потерять их
 - c. Повысить узнаваемость товара
- Критерий 2 M – Measurable (Измеримость)
 - a. Иметь доход 40 млрд рублей в год.
 - b. Открыть 2316 франчайзинговые пиццерии и 202 собственные
 - c. Получить доход от франчайзинга в размере 2,5 млрд рублей в год
 - d. Оборот корпоративных пиццерий должен составлять 4,8 млрд рублей
- Критерий 3 A – Achievable (Достижимость)

Поставленные цели будут достигнуты благодаря:

- a. Опыту открытия собственных и франчайзинговых заведений
 - b. Стратегической оценки преимуществ по сравнению с потенциальными конкурентами
 - c. Консультации с ведущими экспертами в области рынка
 - d. Оценки потенциала бизнес-системы
 - e. Исследованию опыта развития на примере мировых сетей
- Критерий 4 R – Relevant (Значимость)

Этот план – поможет создать глобальную компанию на потребительском рынке, поэтому достижение данной цели напрямую приведет организацию к успеху. Также выполнение важнейших и решающих факторов, увеличит скорость роста организации и ее потенциал.

- Критерий 5 T – Time bound (Ограничения во времени)

Цели должны быть реализованы к 31 декабря 2020 года.



Рис.1: Темп роста сети «Додо Пицца»

Сеть пиццерий «Додо» — это многоуровневый бренд, у которого есть свои ценности, помогающие не потерять самобытность и решить проблемы. Перечислим основные из них:

- Качество (От качества продукции и доставки напрямую зависит количество продаж)
- Доступность («Додо Пицца» — это массовый бренд, который доступен каждому)
- Открытость (Компания не боится критики, а наоборот хочет делиться всеми подробностями с покупателями)
- Доверие (Доверие со стороны покупателя является рыночным преимуществом)
- Комьюнити (Основная цель – создать среду, в которой люди станут менее безразличными)

Как отмечает Федор Овчинников, пиццерия находится в состоянии постоянной турбулентности, так как из года в год бизнес увеличивается и выходит на новый уровень, поэтому даже он как руководитель не может в точности сказать, как выглядит организационная структура в данный момент. По словам основателя, компания делится на круги. В кругах находятся -

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

команды, развивающие продукты. У каждого круга и продукта есть владелец. Он видит и чувствует все изменения. Он может инициировать изменения в любой момент, как посчитает нужным, не ориентируясь на принятую год назад оргструктуру. Каждый владелец отвечает за актуальность организационной структуры своего круга и продукта.

Доказывая открытость своей компании, «Додо» делится визуальным представлением организационной структуры со своими клиентами, что является редкостью в сегодняшних реалиях. Такой шаг используется компанией, для того чтобы находиться в постоянном взаимодействии с клиентами и оставаться актуальными. Итак, обратим внимание на организационную структуру «Додо»:

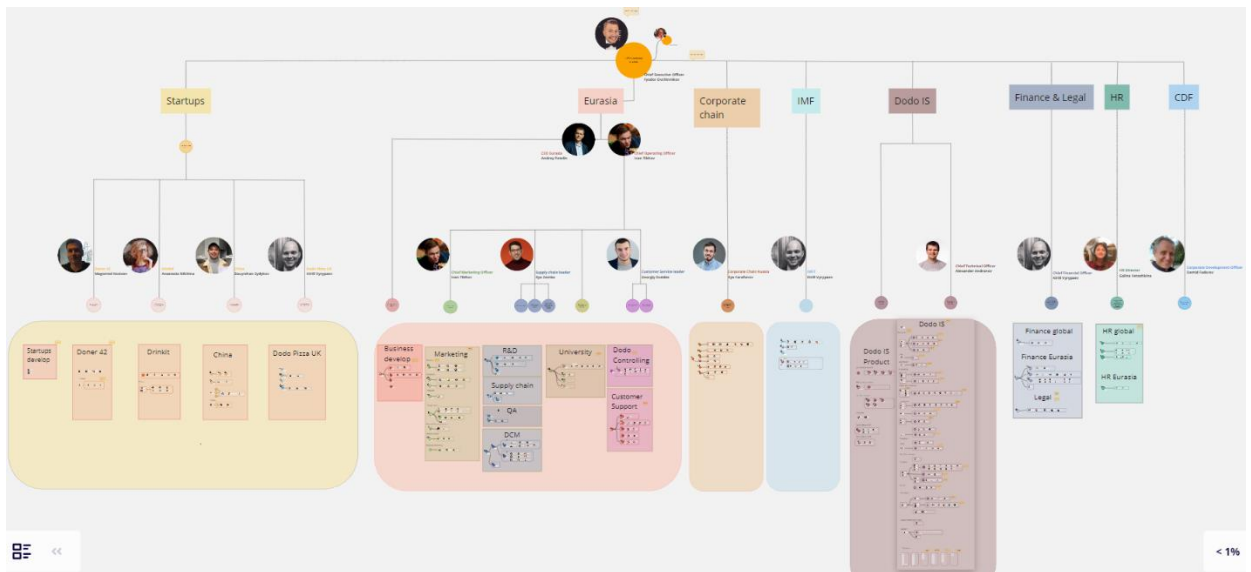


Рис.2: Организационная структура «Додо Пицца»

«Додо» является достаточно крупной компанией, конечно, нельзя определить какой-то один тип организационной структуры, так как в данном случае представлено объединение сразу нескольких типов. Линейность организационной структуры выражена в принципе единоначалия, наличие штабов, которые составляют проекты для руководителей, выступают

элементами линейно-штабной организационной структуры. Также в «Додо» деятельность разделена между дивизионами, которые располагаются в филиалах пиццерии. Достоинства такой организационной системы заключаются в том, что существует четкое разграничение ответственности, высокая гибкость и адаптивность системы, высокая самостоятельность и мотивация у сотрудников совершенствовать деятельность пиццерии.

Обратим внимание на то, как происходит разделение сотрудников на отделы и подразделения. Деление на команды происходит в зависимости от их функции и рода деятельности. Первая команда «глобального продукта» создает и поддерживает продукт, придумывая концепцию, формат и меню. Команда рынков занимается развитием бизнеса и созданием инфраструктуры для открытия новых пиццерии. Также выделяют команду, отвечающую за финансовую стабильности и привлечение новых кадров. Если говорить о механизмах коммуникации в организации, то в «Додо», безусловно, в первую очередь используются неформальные коммуникации, обмен сообщениями по корпоративной почте, так же по средствам различных отчетов и выполнении планов происходит обновление информации внутри компании, проведение совещаний также выступает способом коммуникации. Например, каждый понедельник в компании проводятся онлайн-встречи для обмена короткими докладами о новостях, результатах и дальнейших планах.

Таким образом, анализ организационной структуры показал, что «Додо» имеет сложную разветвлённую структуру и находится в постоянном развитии.

Несмотря на лидирующую позицию на рынке, компания сталкивается с некоторыми трудностями. Одной из основных проблем компании является полное копирование их деятельности, возможно, такой исход — это результат чрезмерной открытости. В таком случае мы думаем, что компании стоит усилить маркетинговую кампанию и донести до своих клиентов, что «Додо»

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

— это уникальная пиццерия, задающая тон этому рынку в России. Возможно, организация международных конкурсов среди пиццамейкеров станет хорошим шагом в маркетинговой кампании и в целях привлечении новых кадров.

Так же стоит заметить, что пицца несмотря на свою популярность - достаточно узкое направление, поэтому хорошей идеей было бы диверсифицировать свой бизнес и начать работать с другими направлениями.

Опираясь на прочитанные материалы, превалирующая часть успеха «Додо» - ее IT система, которая помогает оптимизировать задачи во всех сферах. Мы бы предложили руководителям компании делать на это упор при продвижении, чтобы люди больше понимали, что лежит в основе стабильности и успеха пиццерии.

Характеристика корпоративной культуры	Положение дел в «Додо»
Коммуникационные системы и язык общения	Коммуникация в «Додо» в пиццериях – устная, в IT подразделениях – через мессенджеры и почту. Поскольку точки «Додо» расположены более чем в 10 странах мира, то язык общения варьируется, начиная от немецкого и заканчивая Китайским. Общение с клиентом должно быть живое, естественное и дружелюбное, а самое главное – искреннее, чтобы не вводить посетителя в заблуждение.
Одежда, внешний вид, представление себя на работе	Узнать такие тонкости лично у сотрудников мы не смогли, но воспользовались вакансиями на должность в компанию, чтобы понять, как там относятся к внешнему виду. В основном это стильная, бесплатная корпоративная униформа, а также подстриженные чистые ногти, отсутствие косметики, вирусных заболеваний, открытых ран и так далее.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

	<p>Из забавного: компания до COVID готовила пиццу без перчаток и даже создала подготовила ряд аргументов, почему это лучше и не опасно.</p>
<p>Что и как едят люди, привычки, традиции в области питания</p>	<p>Основная традиция питания в том, что сотрудники обедают продукцией «Додо», строгого времени под обед нет – сотрудник может перекусить в удобный ему момент, если нет загрузки в заведении.</p>
<p>Осознание времени, отношение к нему и его использование</p>	<p>У всех сотрудников прописан график работы, однако «Додо» часто идет навстречу и может согласовать гибкий график, чтобы сотрудник более эффективно распоряжался своим личным временем. Более того, для повышения продуктивности расписания в каждой пиццерии есть сотрудник, ответственный за составление графиков смен.</p>
<p>Особенности взаимоотношений между людьми</p>	<p>Открытых данных о личных взаимоотношениях – в сети не было обнаружено, но зато есть информация о системе обратной связи сотрудников между собой. Так, например, кассир может (даже анонимно) оставить пожелание, жалобу или предложение, которое дойдет лично до директора, что позволяет решать все спорные вопросы и поддерживать комфортную атмосферу.</p>
<p>Процесс развития работника, обучение</p>	<p>В организации присутствует личная программа развития, что позволяет обучаться и готовиться к новой должности. Например, менеджеру периодически спускаются задачи уровня управляющего, чтобы он понимал, какие задачи ему предстоит решать.</p>
<p>Трудовая этика и мотивирование</p>	<p>В «Додо» есть модель премирования, что позволяет увеличивать свое денежное вознаграждение в зависимости от профессиональных успехов.</p> <p>Если говорить про методы нематериального стимулирования в компании, то по каждой группе должностей присутствует конкурс «Лучший сотрудник», что увеличивает у сотрудников желание лучше работать.</p>

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Осознание себя и своего места	СЕО компании утверждает, что они принимают сотрудников вне зависимости от количества татуировок и цвета волос, что позволяет сотрудникам осознавать себя в более комфортной для них среде и не отвлекаться от своей работы.
Вера во что-то и отношение или расположение к чему-то	Сотрудники IT отдела «Додо» верят, что эта компания – киборг, то есть это не просто сеть пиццерий, а синергия информационных систем и вкусной еды, что позволяет максимально рационально использовать ресурсы для достижения поставленных целей.

Список использованной литературы:

1. Facebook (Федор Овчинников) [Электронный ресурс] //URL: <https://www.facebook.com/ovchinnikov.fedor/posts/10218798812782546>
2. Dodo Pizza Story [Электронный ресурс] //URL: <https://dodopizzastory.com/>
3. Dodo Pizza Franchising [Электронный ресурс] //URL: <https://dodofranchise.com/>
4. Статистика пиццерий Додо Пицца [Электронный ресурс] // URL: <http://dodostats.ru/>
5. Официальный сайт "Додо" [Электронный ресурс] // URL: <https://brandbook.dodopizza.info/#/>
6. Статья «Сотрудники Dodo Pizza в Китае, Кыргызстане и России о корпоративной культуре и участии в развитии компании» [Электронный ресурс] // URL: <https://weproject.media/articles/detail/sotrudniki-dodo-pizza-v-kitae-kyrgyzstane-i-rossii-o-korporativnoy-kulture-i-uchastii-v-razvitii-kom/>
7. Статья: «Our strategy: CEO's letter to team members, partners, and investors» [Электронный ресурс] // URL: <https://dodopizzastory.com/2020/04/15/dodo-strategy/>

Дата поступления в редакцию: 23.08.2022 г.

Опубликовано: 29.08.2022 г.

© Академия педагогических идей «Новация».

Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2022

© Рюмкина К.А., Иванова Е.С., Борисик М.П., 2022