

# Корпоративна культура соціально відповідальної організації

**Виконала:** студентка групи  
ФДМ 501 зм  
Боліла Ю.О.

Київ - 2017

# План:

1. Корпоративна культура: суть, складові, функції.
2. Корпоративна соціальна відповідальність.
3. Корпоративна репутація та корпоративний імідж.
4. Корпоративні заходи як інструмент мотивації, їх цілі, функції, способи організації.

# 1. Корпоративна культура: суть, складові, функції

**Корпоративна культура** – це явище, що охоплює духовне і матеріальне життя колективу,



а саме: домінуючі у ньому моральні норми та цінності, кодекс поведінки, ритуали та ін.; це система цінностей та переконань, що поділяється усіма працівниками колективу і зумовлюють їх поведінку, характер життєдіяльності організації.

# 1. Корпоративна культура: суть, складові, функції.

## Основні етапи формування корпоративної культури:

1. **Початковий** розробка концепції корпоративної культури (визначення місії підприємства та філософії його функціонування, побудова дерева цінностей і вибору основних серед них).
2. **Підготовчий** етап охоплює сукупність робіт організаційного, методичного й інформаційного характеру, чіткий розподіл обов'язків між виконавцями.
3. **Основний** етап передбачає формування стандартів і норм поведінки персоналу на основі прийнятих цінностей, запровадження традицій, символіки, ритуалів, системи свят, розроблення мотиваційної політики.
4. **Завершальний** етап повинен засвідчувати повну готовність персоналу підприємства до створення його корпоративної культури. Він охоплює нормативне закріплення усіх складових у корпоративному документі (положення про корпоративну культуру), кодекс ділової етики, документ про корпоративне керівництво тощо.



# 1. Корпоративна культура: суть, складові, функції.

**Метою корпоративної культури є формування поведінки персоналу, що сприяє досягненню цілей підприємства. В процесі управління персоналом необхідно вирішувати наступні завдання:** розвивати почуття причетності до справ організації (підприємства); заохочувати та залучати до спільної діяльності на благо підприємства; зміцнювати стабільності системи соціальних відносин; підтримувати індивідуальні ініціативи працівників; створювати атмосферу єдності менеджерів і персоналу у підприємстві; зміцнювати корпоративну родину.



# 1. Корпоративна культура: суть, складові, функції.

## Корпоративна культура виконує низку важливих функцій:

- **охоронна** – полягає у створенні бар'єру, який захищає організацію від небажаних зовнішніх впливів, вона реалізується через заборони, табу, обмежувальні норми;
- **інтегруюча** формує відчуття приналежності до організації, гордості за неї, прагнення сторонніх осіб вступити до неї;
- **регулююча** функція підтримує необхідні правила і норми поведінки членів організації, їхніх взаємовідносин, контактів із зовнішнім світом, що є гарантією її стабільності, зменшує вірогідність небажаних конфліктів;
- **адаптивна** функція полегшує взаємне пристосування людей один до одного і до організації, вона реалізується через загальні норми поведінки, ритуали, обряди;
- **орієнтуюча** функція культури спрямовує діяльність організації та її учасників у необхідне русло;
- **мотиваційна** – створює для цього необхідні стимули, функція формування іміджу допомагає створити образ організації в очах оточуючих.



## 2. Корпоративна соціальна відповідальність

**Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)** – це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають; це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкхолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності.



# 2. Корпоративна соціальна відповідальність

## Корпоративна соціальна відповідальність передбачає:

- виробництво якісної продукції і послуг для споживачів;
- створення привабливих робочих місць, виплата легальних зарплат і інвестиції в розвиток людського потенціалу;
- неухильне виконання вимог законодавства: податкового, трудового, екологічного тощо;
- побудова добросовісних відносин з усіма зацікавленими сторонами;
- ефективне ведення бізнесу, орієнтоване на створення доданої економічної вартості і зростання добробуту своїх акціонерів;
- облік суспільних очікувань і загальноприйнятих етичних норм в практиці ведення справ;
- внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми та проекти розвитку місцевого співтовариства.





# 3. Корпоративна репутація та корпоративний імідж.



**Корпоративна репутація** – це колективна думка про компанію, що формується з часом у свідомості цільових груп на підставі експертної оцінки економічного, соціального та інших аспектів її діяльності.

Формування позитивної репутації підприємства чи компанії – процес тривалий, продуманий і послідовний. Стійка позитивна репутація створює для підприємства чи окремо взятої людини низку

додаткових переваг, а саме: йому довіряють, а того, кому довіряють, хочуть слухати; за наявності альтернативного вибору його вибирають першим; з ним хочуть взаємодіяти. Більше того, якщо організація з високою репутацією припуститься помилки, то при правильних діях не втратить довіри.

# 3. Корпоративна репутація та корпоративний імідж.

## Складові репутації:

- якість продуктів та послуг,
- інноваційність,
- рівень корпоративної культури,
- успішність управління,
- рівень соціальної відповідальності,
- лідерство,
- фінансова успішність.



### 3. Корпоративна репутація та корпоративний імідж.

**Імідж та репутація можуть бути зруйновані через:**

- роздуту та нечесну рекламу,
- низьку якість продукту,
- негативні відгуки в пресі,
- зневажливе ставлення до покупця,
- відсутність чітко визначених принципів компанії,
- відсутність у співробітників відданості компанії та їх невдоволення роботою.



# 4. Корпоративні заходи як інструмент мотивації, їх цілі, функції, способи організації.



Правильна організація корпоративного заходу, будь-якого неформального або ділової події, дозволяє вирішити цілий ряд завдань, які сучасна компанія ставить перед собою. Проведення корпоративних свят сприяє формуванню лояльності співробітників до керівництва і компанії в цілому, усвідомлення співробітниками історії, місії, корпоративних цінностей, організаційної структури, професійної етики компанії, удосконалення внутрішніх комунікацій.

Саме тому, проведення корпоративу вже давно є невід'ємною частиною стратегії успішного підприємства. Головне, щоб він відповідав цілям і завданням Вашої кадрової політики. Багато директорів і начальники розуміють, що саме організація корпоративів зближує співробітників і відкриває можливості нового ефективного спілкування.

# 4. Корпоративні заходи як інструмент мотивації, їх цілі, функції, способи організації.

## Фактори, що слід враховувати при організації корпоративу:

- **Розмір компанії** – одні й ті ж інструменти будуть по-різному ефективні для маленьких, середніх і великих компаній;
- **Ситуація всередині колективу** – цей фактор, мабуть, найскладніший для аналізу і в той же час найважливіший для кінцевого результату, в чималій кількості випадків нам напевно знадобиться допомога запрошених фахівців;
- **Бюджет проекту** – так, нам завжди буде хотітися зробити максимально якісний і максимально дорогою корпоратив, але ми завжди будемо обмежені тим бюджетом, яким володіємо, тому при виборі інструментів нам доведеться постійно озиратися на фінанси;
- **Завдання проекту** – очевидно, що різні інструменти покажуть себе по-різному при вирішенні знову ж різних завдань, тому саме від цілей, яких необхідно досягти, і слід відштовхуватися при виборі.
- **Тімбілдінг** (англ. «team building») – побудова ефективної команди, створення групи людей націлених на досягнення єдиного результату, що працює злагоджено, як єдиний організм. Основна мета тимбілдінгу(або командоутворення) – емоційне згуртування колективу, підвищення віддачі від спільної роботи.



## 4. Корпоративні заходи як інструмент мотивації, їх цілі, функції, способи організації.

- Суть тимбілдінгу – створення у співробітників організації необхідних умов для формування навичок ефективної роботи в команді і в себе особисто; формування команди та вироблення командного духу; вміння працювати в команді та виявлення лідерів.
- Вірний шлях для створення дійсно ефективного корпоративу – це комбінування різних інструментів під ті завдання, вирішенням яких ми в рамках проекту займаємося. Ні в якому разі не варто обмежуватися лише одним інструментом, адже більшість з них будуть куди більш дієвими саме в комплексі. У той же час надлишок інструментів в одному проекті може заплутати аудиторію.