




Корпоративна культура організацій як складова їх розвитку

- 
-
- 1. Корпоративна культура: суть, складові, функції.
 - 2. Корпоративна соціальна відповідальність,
 - 3. Моделі КСВ.

- 
-
- **1.Корпоративна культура** – 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.


Основні етапи формування корпоративної культури:

- **Початковий** розробка концепції корпоративної культури (визначення місії підприємства та філософії його функціонування, побудова дерева цінностей і вибору основних серед них).
- **Підготовчий** етап охоплює сукупність робіт організаційного, методичного й інформаційного характеру, чіткий розподіл обов'язків між виконавцями.
- **Основний** етап передбачає формування стандартів і норм поведінки персоналу на основі прийнятих цінностей, запровадження традицій, символіки, ритуалів, системи свят, розроблення мотиваційної політики.
- **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.

- 
-
- **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.

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 (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.

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.

Моделі корпоративної соціальної відповідальності

- Як правило, виділяють американську, британську, європейську (континентальну), японську та російську моделі корпоративної соціальної відповідальності.

-
- **1) Американська модель КСВ** за більш ніж вікову історію свого розвитку сформувала набір традиційних механізмів і форм реалізації корпоративних соціальних програм. Для американських корпорацій характерні добровільні ініціативи в галузі КСВ, фінансування різних проектів і програм, благодійність, меценатство, спонсорство. Подібні види діяльності виходять за рамки вимог закону, більше того, заохочуються суспільством і державою, зокрема, компанії, що активно реалізують програми КСВ звільняються від низки податків, що закріплено на законодавчому рівні.

-
- **2. Європейська модель КСВ.** На відміну від американської моделі КСВ, характерною рисою європейської моделі є її державне регулювання, в наслідок чого її визнають як приховану форму КСВ.
 - **3. Британська модель КСВ** є за своєю суттю симбіозом європейської та американської моделей. Як і в європейській моделі, держава активно підтримує бізнес, з американською моделлю схожість полягає у великій активності корпорацій в реалізації власних соціальних проектів.

-
- **4. Японська модель КСВ** проявляється в системі «довічного найму» та відповідних умовах управління персоналом. Таким чином, можна сказати, що японська модель корпоративної соціальної відповідальності орієнтована на внутрішнє середовище підприємства.
 - **5. Пострадянська модель.** Пострадянська модель КСВ сформувалась на основі спадщини соціалістичних підприємств, що мають у своїй структурі такі традиційно соціально-спрямовані підрозділи, як дитячі садки, літні табори і пансіонати, власні лікарні, будинки культури, клуби і т.д. В умовах економічної системи Радянського союзу, соціальна відповідальність підприємств не розглядалася як особливий вид діяльності, КСВ була державно закріпленою формою активності виробничого сектора.