



КОДЕКС КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ: ОТ РАЗРАБОТКИ ДО ВНЕДРЕНИЯ



Введение

Истинная роль главного руководителя состоит в том, чтобы управлять ценностными установками организации.

Т. Питерс, Р. Уотермен

Корпоративная культура – это набор поддерживаемых организацией основополагающих ценностей и стандартов, убеждений, этических норм, верований и ожиданий, которые бездоказательно принимаются большинством сотрудников, задают людям ориентиры их деятельности и определяют способ объединения и согласованность действий управленческого звена, структурных единиц и отдельных сотрудников.

Ключевые факторы, оказывающие влияние на формирование корпоративной культуры компании:

- личность руководителя,
- сфера бизнеса, особенности технологии,
- нормы и требования среды,
- этап развития организации.

Основные этапы работы по формированию и развитию корпоративной культуры:

- Анализ существующей культуры
- Разработка Корпоративного Кодекса
- Определение форм и методов работы
- Реализация проектов
- Анализ изменений

Анализ существующей корпоративной культуры проводится по следующим основным направлениям:

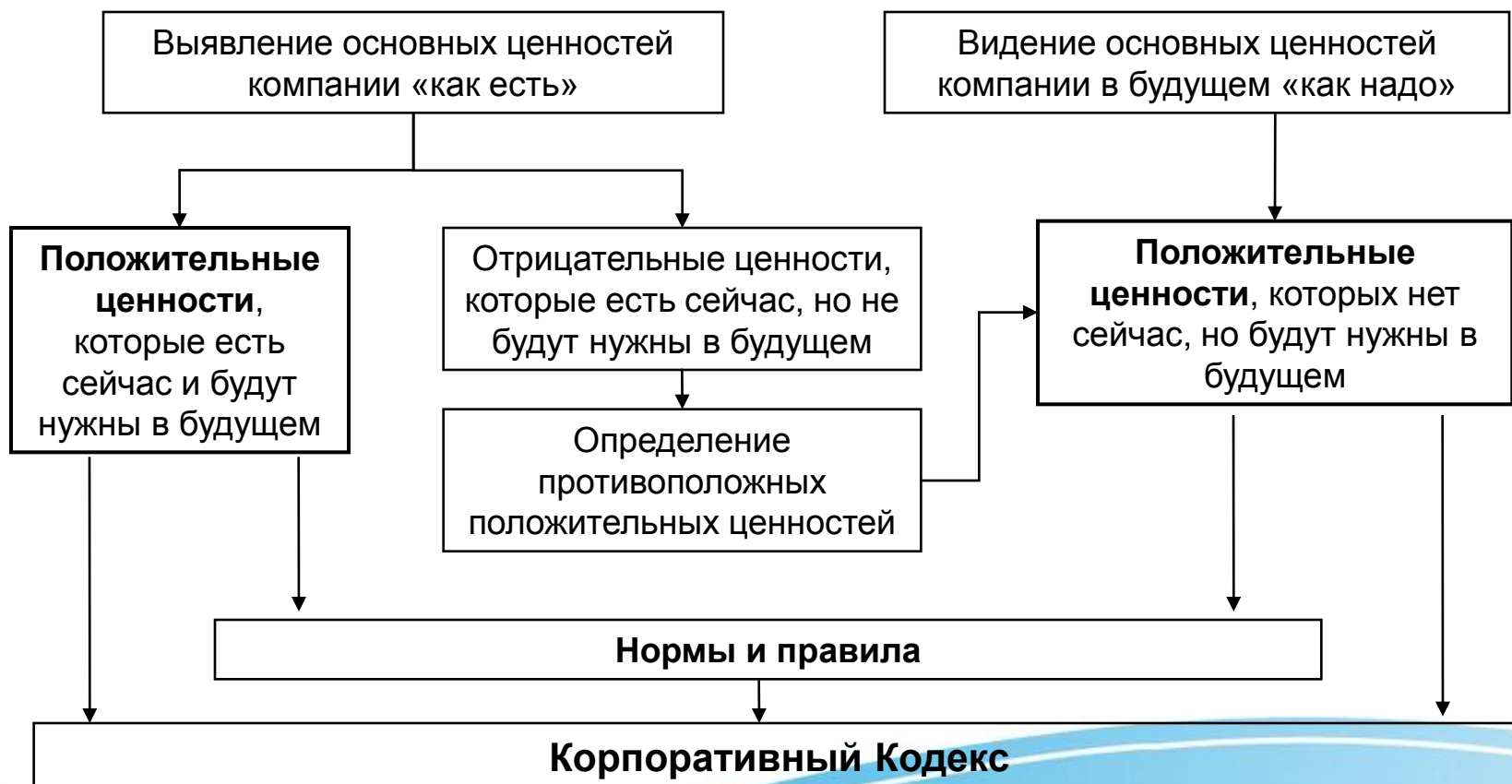
- Базовые ценности
- Традиции и символика
- Стандарты поведения
- «Герои» организации
- Восприятие бренда
- Существующие методы формирования и развития корпоративной культуры

Анализируются все структуры компании.

Выделяются ключевые «положительные» ценности и формы работы, которые есть сейчас и будут нужны в будущем.

Выявляются наиболее яркие «отрицательные» ценности. Определяются противоположные им «положительные» ценности, которые будут использоваться в будущем.

Разработка Корпоративного Кодекса



3 подхода к реализации Кодекса

Кодекс как инструмент корпоративной культуры



Кодекс как инструмент повышения эффективности управления



Кодекс как инструмент предотвращения нарушений и борьбы с потерями

Корпоративном Кодексе фиксируются ключевые точки, по которым в дальнейшем выстраивается корпоративная культура организации :

- Миссия и ценности
- Особенности организации и условий труда
- Культура внутренних коммуникаций (деловая игра)
- Социально-психологическая культура
- Информационный дизайн (эмблема,фирменные цвета)

СТРУКТУРА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ



Формы и методы работы

Главный **результат** успешной работы по формированию и развитию корпоративной культуры компании – это приверженность сотрудников.

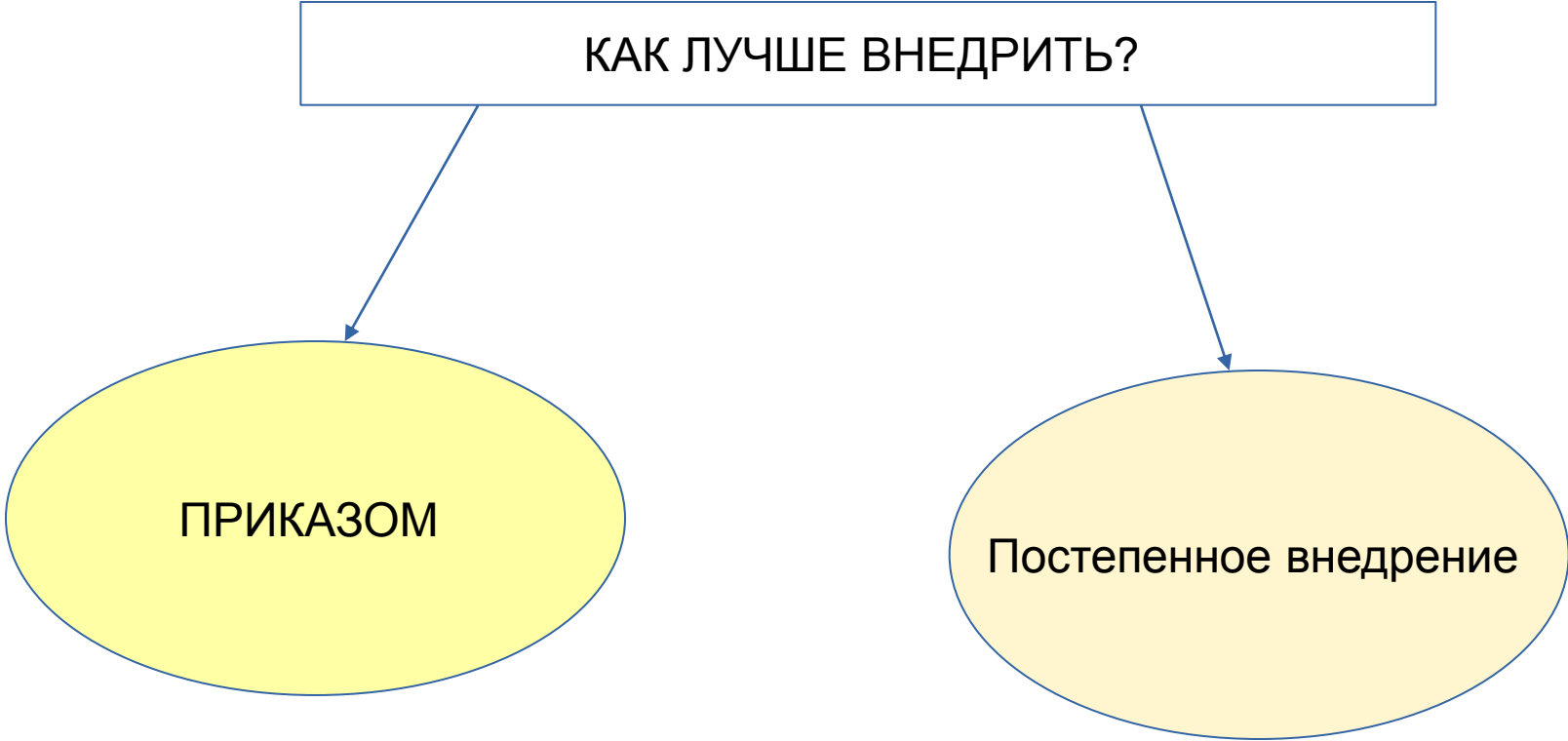
Приверженность – это отождествление человека со своей организацией, выражающееся в стремлении работать в ней и способствовать ее успеху.

Ключевые составляющие приверженности:

- **Интеграция** – это присвоение работниками организационных целей, объединение работников вокруг целей организации.
- **Вовлеченность** – это желание работника предпринимать личные усилия, вносить свой вклад в достижение целей организации.
- **Лояльность** – это эмоциональная привязанность к своей организации, желание оставаться ее членом.

ВНЕДРЕНИЕ КОДЕКСА

КАК ЛУЧШЕ ВНЕДРИТЬ?



```
graph TD; A[КАК ЛУЧШЕ ВНЕДРИТЬ?] --> B(ПРИКАЗОМ); A --> C(Постепенное внедрение)
```

ПРИКАЗОМ

Постепенное внедрение

Для успешного формирования и развития корпоративной культуры и внедрения Кодекса требуется постоянный **анализ результатов** работы по следующим направлениям:

- Отношение сотрудников к компании
- Удовлетворенность сотрудников работой в компании
- Соответствие и расхождение в целях и ценностях работников, подразделений и компании
- Влияние объективных изменений во внешней и внутренней среде на цели и ценности работников, подразделений и компании
- Появление новых «героев»
- Обратная связь по внедряемым проектам



*Культура – это то, что остается,
когда все остальное забыто.*

Эдуар Эррио



КОДЕКС КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ: ОТ РАЗРАБОТКИ ДО ВНЕДРЕНИЯ