

РОЛЯ НА МИСИЯТА, ВИЗИЯТА И ЦЕННОСТИТЕ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА ОПУБЛИЧЕНАТА В ИНТЕРНЕТ ФИРМЕНА КУЛТУРА НА ЗАСТРАХОВАТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ В БЪЛГАРИЯ

Резюме

В условията на динамична и силно конкурентна среда мисията, визията и ценностите на бизнес организациите са стратегически документи с важна роля при комуникацията със заинтересованите страни от тяхната дейност. С оглед на това те следва да заемат съществено място в опубличената в интернет официална фирмена култура на компаниите от различни сектори на икономиката. Целта на студията е да се разкрие ролята на мисията, визията и ценностите за изграждане на опубличената в интернет фирмена култура на застрахователните компании в България, като се очертаят спецификите при тяхното формулиране и приложение. Използваният изследователски инструментариум включва структурен анализ, контент анализ и метод на сравнението. Получените резултати показват, че мисията, визията и ценностите/принципите имат съществена роля в опубличената онлайн фирмена култура на застрахователните компании в България и се използват по подходящ начин за изграждане на позитивен публичен образ на компаниите.

Ключови думи: *застрахователни компании, опубличена фирмена култура, мисия, визия, ценности/принципи*

ROLE OF THE MISSION, VISION AND VALUES IN BUILDING THE CORPORATE CULTURE PUBLISHED ON THE INTERNET OF THE INSURANCE COMPANIES IN BULGARIA

Abstract

In a dynamic and highly competitive environment, the mission, vision and values of business organizations are strategic documents with an important role in the communication with their partners and customers. In this regard, they should occupy a significant place in the publicized on the Internet official corporate culture of companies from various sectors of the economy. The aim of the study is to reveal the significance of mission, vision and values in the corporate culture of the insurance companies in Bulgaria publicized on the Internet, outlining the specificity of their content and application. The research tools used include structural analysis, content analysis and method of comparison. The obtained results show that the mission, vision and values/principles have a significant role in the proclaimed online corporate culture of the insurance companies in Bulgaria and they are used in an appropriate way to build a positive public image of the companies.

Keywords: *insurance companies, publicized corporate culture, mission, vision, values/principles*