Дополнительное образование "Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме (агент по приему и обработке заказов)".

Предмет "Этика делового общения".

# Тема: Понятие «Корпоративная этика»

# Просмотрите видео «Корпоративная этика»

https://yandex.ru/video/preview/?filmId=14445913953436170958&from=tabbar&parent-reqid=1602590267099463-1770170657660005480400107-production-app-host-man-web-yp-320&text=%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F+%D1%8D%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0+%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE&url=http%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DiIZqOZFimjw

# Понятие корпоративной этики

**Этика-** это свод правил и норм поведения в той или иной области человеческого общения.

**Корпоративная этика-** это система моральных принципов, норм нравственного поведения, оказывающих регулирующее воздействие на отношения внутри одной организации и на взаимодействие с другими организациями. Субъектами корпоративной этики являются: владельцы, руководители и работники организации.

Корпоративную этику можно представить как систему с двумя подсистемами.

**Во-первых,** это моральные и этические  ценности организации и ее приоритеты в развитии.

**Во-вторых,** это нормы и правила поведения сотрудников организации в формальных и неформальных ситуациях.

Корпоративная этика базируется на ряде принципов.

**Принцип корпоративной этики-** правило деятельности в системе норм нравственного поведения субъектов корпоративной этики при выполнении ими своих обязанностей.

Корпоративная этика оговаривает коллективные принципы поведения.

**Например :** заботу об общих интересах организации и каждого сотрудника в отдельности, обеспечение роста ценностей организации, соблюдение норм делового общения, создание и поддерживание делового имиджа и безупречной репутации организации

**Основу норм корпоративной этики составляют ценности.**

**Ценности** - это относительно общие убеждения, которые определяют, что правильно и что неправильно, и устанавливают общие предпочтения людей. Ценности могут быть позитивными, ориентирующими людей на такие образцы поведения , которые поддерживают достижение стратегических целей организации, но могут быть и негативными, которые отрицательно влияют на эффективность  организации в целом

**Позитивные ценности, выраженные следующими высказываниями:**

Работа может быть выполнена на «отлично»
В споре рождается истина.
Интересы потребителя превыше всего.
Успех компании -это мой успех.
Настрой на взаимопомощь и поддержание хороших отношений с коллегами.

**Негативные ценности, выраженные следующими высказываниями:**

Начальству доверять нельзя, доверять можно только друзьям;
Ты начальник- я дурак, я начальник- ты дурак;
Не высовывайся;
Хорошо работать-это не самое главное в жизни;
Всей работы не переделать.

Ценности можно так же  разделить на индивидуальные и организационные, однако они во многом совпадают, но есть такие, которые относятся исключительно либо к одной группе, либо к другой. Например, такие как « благополучие», « безопасность», «качество», «независимость», могут относится к обеим группам, а такие как «семья», «работа» , «авторитетность» относятся к индивидуальным, а « взаимозаменяемость», «гибкость», «изменение» связаны с организацией.

Основополагающими ценностями, на основе которых формируется корпоративная этика, как правило являются:

компетентность и профессионализм. Субъекты корпоративной этики должны: обладать качественным образованием, опытом работы, умением принимать взвешенные и ответственные решения; стремиться повышать свой профессиональный уровень; ответственность и дисциплинированность

**Честность и непредвзятость**. Это фундамент деятельности организации, ее деловой репутации. В организации не допускается конфликта между личными интересами и профессиональной деятельностью.

**Ответственность.** Ответственность-гарантия качества деятельности организации.

**Уважение человеческой личности.** Работники организации имеют право на честное и справедливое отношение к ним, независимо от расы, языка, политических и религиозных убеждений, половой, национальной принадлежности.

**Патриотизм.** Работник должен быть патриотом своего государства, так и патриотом своей организации. Он должен способствовать развитию организации и государства.

**Безопасность.** Выражается в стремление сохранить коммерческую тайну, и в заботе о сохранении организации, и в обеспечении не вредных и не опасных условий труда.

**Благополучие.** Нацеленность на материальное благополучие, как условие реализации потребностей человека, его семьи, общности, в рамках которой он живет.

**Взаимозаменяемость.** Позволяет организации гибко реагировать на неожиданные изменения в окружающей среде и внештатные ситуации в самой организации.

# Виды корпоративной этики

Различают несколько видов корпоративной этики. Это традиционная, высококвалифицированная, инновационная и общественная этика.

❖**Традиционная корпоративная этика** – это старомодный подход к корпоративному окружению. Она основывается на четко определенных ролях и отношениях между сотрудниками. Традиционно действует простая цепочка команд. Указы отдаются сверху и выполняются подчиненными без обсуждения или несогласия. И хотя такой вид этики уже устарел, он все еще имеет место. Чаще всего такая этика используется в компаниях с давно отработанными методами управления и ведения бизнеса и для них она является наиболее эффективной.

❖**Высококвалифицированная корпоративная этика** называется так не потому, что другие виды этики не подразумевают высокой квалификации персонала. Основной принцип такого вида корпоративной этики – подбор талантливых людей высшего звена, которые будут оказывать влияние на сотрудников низших звеньев. Это характерно для компаний, где нормой являются рискованные операции, например финансовые игры на бирже.

❖**Инновационная корпоративная этика** – это во многом антипод традиционной этики. В этом случае креативная инициативность поддерживается среди простых сотрудников. Определенный риск в компаниях с таким видом корпоративной этики всегда присутствует.

❖**Общественная корпоративная этика** черпает свои силы из совместных усилий, командной работы и здоровых доверительных отношений между сотрудниками компании. Часто такой вид корпоративной этики делает акцент на заботе о своих сотрудниках. В этом случае компания придерживается принципа, что работникам нужно платить немного больше, чем обычно, следует также поощрять и вознаграждать людей за достижения.

**Принципы этики корпоративных отношений-** обобщенное выражение нравственных требований, выработанных в моральном сознании общества, которые указывают на нормы поведения участников деловых отношений.

В основу современной корпоративной этики, по мнению большинства ученых, должны быть положены три важнейшие положения:

- Создание материальных ценностей во всем многообразии форм рассматривается как изначально важный процесс;
- Прибыль и другие доходы производства рассматриваются как результат достижения различных общественно значимых целей;
- Приоритет в разрешении проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам межличностных отношений, а не производству продукции.

## Кодекс корпоративной этики может выполнять три основные функции:

- репутационную;
- управленческую;
- развития корпоративной культуры.

**Репутационная функция** кодекса заключается в формировании доверия к компании со стороны референтных внешних групп (описание политик, традиционно закрепляемых в международной практике по отношению к клиентам, поставщикам, подрядчикам и т.д.). Таким образом, кодекс, являясь инструментом корпоративного PR, повышает инвестиционную привлекательность компании. Наличие у компании кодекса корпоративной этики становится общемировым стандартом ведения бизнеса.

**Управленческая функция** кодекса состоит в регламентации поведения в сложных этических ситуациях. Повышение эффективности деятельности сотрудников осуществляется путем:

- регламентации приоритетов во взаимодействии со значимыми внешними группами,
- определения порядка принятия решений в сложных этических ситуациях,
- указания на неприемлемые формы поведения.

# Заключение

**Корпоративная этика-** это система ценностей, регулирующая этические отношения в данной организации.
Корпоративная этика является ключевым элементом, объединяющим людей- участников производственного процесса на предприятии- в единый социальный организм ( человеческое общество).
Практически все направления корпоративной этики имеют правила, соответствующие морально- этическим нормам поведения в широком смысле. Кроме того, все без исключения направления деловой этики базируются на основополагающих нормах этики. К ним можно отнести уважение чувства собственного достоинства и личного статуса другого человека, понимание интересов и мотивов поведения окружающих, социальную ответственность за психологическую защищенность и т.п.

# Спасибо за внимание!