

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 относиться 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. Основным принципом 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!

