

Корпоративний кодекс: в кожній компанії – свій

З кожним роком все більша кількість українських компаній починає використовувати в своїй діяльності, особливо під час прийняття рішень, кодекс корпоративної етики. Вивчення етичних кодексів головних іноземних та вітчизняних компаній доводить, що всі вони мають мало спільного: різні формати, різний стиль, навіть постановка завдань-різна.[1,с.3] А саме від постановки завдань залежить, чи буде даний документ корисним та ефективним і яким чином він працюватиме в конкретній організації.

Етичний кодекс є сукупністю правил та норм поведінки, які поділяють учасники компанії. Він визначає конкретні моделі поведінки та єдині стандарти стосунків та спільної діяльності. Мабуть, першим універсальним кодексом можна вважати «десять заповідей Старого завіту». Сьогодні найбільш поширеними є два види етичних кодексів-професійні та корпоративні, які регулюють відносини в середині груп. Професійні кодекси регулюють відносини в середині професійної спільноти, регламентують поведінку спеціалістів в складних ситуаціях, характерних для даної професії, підвищують статус професійної спільноти в суспільстві, формують довіру до даного фаху в соціумі. Отож, вони є ефективні для тих професій, де етичні дилеми визначаються змістом діяльності (юристи, психотерапевти, журналісти, тощо). Коли ж найважливіші етичні дилеми визначаються організацією, діяльність співробітників регламентується корпоративним кодексом.

Розвиток корпоративної етики в Україні є наслідком впливу іноземних компаній та набуттям їх досвіду? Або спробою вирішити широкий спектр завдань власної компанії та підвищити ефективність управління нею? Чи існує на сьогодні у вітчизняній літературі єдиний методологічний підхід до

створення етичних кодексів? На ці запитання я і спробую знайти відповідь у своїй статті.

Першопричиною етичних проблем в бізнесі, який включає в себе економічні стосунки між багатьма групами людей (клієнтами, співробітниками, акціонерами, конкурентами, урядами), є суперечності в інтересах зацікавлених груп. Для найбільш ефективного управління потрібно враховувати всю сукупність інтересів, а не лише інтереси акціонерів. Часто зацікавлені групи висувують суперечливі вимоги, наприклад, інтереси компанії та споживача: чи можливий продаж продукції, яка не відповідає прорекламованій якості? Для компанії важливо найбільш вигідно висвітлити переваги свого товару задля більшого прибутку та подальшого процвітання, а споживача цікавить повна інформація про споживчі якості продукту. Щоб уникати таких конфліктів потрібно встановити пріоритети відносно цільових груп та шляхів взаємо погодженості їх інтересів, що і намагається зробити корпоративна етика, виконуючи такі три основні функції:

- репутаційну
- управлінську;
- розвитку корпоративної культур

Визначення місії та формування правильної корпоративної культури є дуже важливими, адже саме це надихає співробітників, визначає спільне бачення діяльності компанії, мету, до якої потрібно прямувати, стратегічних та оперативних цілей, яких вони мають досягнути. А також формує спільні цінності, що поєднують співробітників та створюють довіру як між ними, так і до лідерів та системи управління. За їх відсутності або помилкового методологічного підходу під час формування можуть виникнути проблеми недовіри, незадоволення працівниками їх роботою, нетерплячості до невдач-двигуна інновацій, безперервних пошуків винуватців, зовеликого бюрократичного механізму та відповідно уповільненого прийняття рішень, небажання мислити та діяти творчо, відсутності ініціативності, системного підходу до управління бізнес-процесами, а також уявлення про загальну картину розвитку бізнесу та організації, низького рівня комунікацій та

мотивацій, слабого крос-функціонального співробітництва. За відсутності корпоративного духу командна робота послаблюється та втрачає своє значення, знижується результативність та ефективність роботи працівників.

Корпоративна етика в залежності від методів виконання своїх функцій поділяється на :

- Індивідуальну- безпосередні звернення до совісті співробітників
- Інституціональну-організаційні методи та механізми підтримки певної моральної поведінки співробітників та структур.

Дуже важливу роль для роботи служби безпеки компанії може зіграти вміле або невдале застосування корпоративної етики. Є.Краснікова, кандидат філософських наук, головний експерт Національного фонду «Російська ділова культура» розглядає з точки зору взаємодії корпоративної етики з корпоративною безпекою з трьох позицій:

1. Корпоративна етика як фактор ризику

Розгляну дані позиції детальніше. Якщо в компанії склались такі правила, норми та принципи, які в цілому можна охарактеризувати як клімат безмежної довіри та взаємо підтримки, тобто «один за всіх і всі за одного», то це може заважати прийняттю та реалізації заходів ,що запобігають неправильній поведінці та порушень з боку співробітників, тобто превентивних щодо внутрішніх ризиків. Також може виникнути ситуація, коли прийнятий в компанії кодекс корпоративної етики не адаптований до специфіки її бізнесу , що може призвести до породження подвійних стандартів поведінки та заважає створенню точної картини того, що в дійсності відбувається на фірмі .В даному випадку це є загрозою створення і зовнішніх, і внутрішніх ризиків.

Виникнення ж лише зовнішніх ризиків можна пояснити на прикладі активізації різноманітних аналітичних заходів засобами масової інформації, спеціалізованими фірмами та підрозділами внаслідок публічного оголошення власних високих зовнішніх моральних обов'язків ,обмежуючись лише деклараціями, що викликала відповідну моральну реакцію –бажання

перевірки, що насправді відбувається на фірмі і що викликало використання корпоративної етики в якості елемента бренду в даний момент часу.

2. Корпоративна етика як засіб зниження ризиків

Корпоративна етика може допомагати виявляти, описувати та вирішувати етичні проблеми з мінімальними психологічними та економічними втратами та забезпечувати функціонування бізнесу в режимі прозорості, послідовності, що в свою чергу підвищує її стабільність. Все це можна забезпечити за допомогою документації етичного характеру, (кодексу етики), інфраструктури корпоративної етики (посади, функціональні обов'язки), письмово зафіксована стратегія корпоративної етики

3. Корпоративна етика як ціль посилення служби безпеки компанії

Корпоративну етику іноді називають інструментом тонкого та гармонійного налаштування бізнесу. Етична компетентність співробітників служби безпеки організації допомагає мінімізувати моральну шкоду під час вирішення психологічно складних питань та підтримувати довіру співробітників до себе. Для цього потрібно описувати свою діяльність та відповідальність в термінах цінностей, принципів, правил корпоративної етики, а також висвітлювати питання корпоративної безпеки і вимоги до представників фірми в етичній корпоративній документації.

Висновок

Отже, вітчизняний бізнес не є ізольованим від світового і умовою його розвитку є засвоєння етичних норм, що давно використовуються в багатьох західних компаніях. Для ефективного використання етики в процесі прийняття рішень необхідний високий рівень корпоративної культури. Одним з елементів створення такої культури і є кодекс корпоративної етики. Вивчення етичних кодексів головних іноземних та вітчизняних компаній доводить, що всі вони мають мало спільного: різні формати, різний стиль, навіть постановка завдань-різна. Але, хоч він і з'являється в багатьох українських компаніях, через складності виконання та зовнішні фактори кодекс часто лишається лише формальною декларацією. Насправді ж він

повинен регулювати поведінку співробітників на робочому місці, виконуючи роль інструменту управління, чітко визначати основні цілі та цінності компанії як інструмент розвитку корпоративної культури та сприяти роботі службі безпеки організації. Тому кожна компанія має працювати над створенням кодексу корпоративної культури, який би максимально відображав її місію та цілі.

Список використаної літератури:

1. http://www.cecsi.ru/coach/culture_corporate.html
2. www.executive.ru
3. www.prcom.ru
4. Дубинина М.В. Корпоративная этика как инструмент социального менеджмента.-М: Менеджмент в России и за рубежом №4 , 2002.-14 с.

Горощук Надія,
студентка Національного університету
«Києво-Могилянська академія»
Факультету економічних наук
спеціальність «Фінанси»