

«Корпоративная этика».

Москва-2011

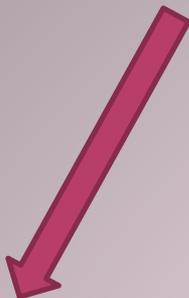
Содержание:

- 1. Понятие корпоративной культуры*
- 2. Этапы формирования корпоративной культуры*
- 3. Важные положения корпоративной культуры*
- 4. Международные принципы корпоративной этики*
- 5. Корпоративная этика организации к покупателям*
- 6. Корпоративная этика организации к инвесторам*
- 7. Корпоративная этика организации к персоналу*
- 8. Перспективы компаний с различным уровнем корпоративной культуры*
- 9. Вывод*
- 10. Список литературы*

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 сообщество).

Этапы формирования корпоративной культуры:



Зарождение корпоративной культуры происходит с возникновением новой хозяйствующей организации



Стабилизация корпоративной культуры может быть констатирована, когда этой культуре придерживается подавляющее большинство



История корпоративной культуры при переходе на уровень классики. Основные элементы культуры обобщаются, обрастают мифами и легендами.

То есть культура выходит за рамки собственно корпоративной и становится межкорпоративной культурой, а затем и культурой бизнеса в целом.

Важные положения корпоративной

Этики:

приоритет в разрешении проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам межличностных отношений, а не производству продукции.

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;



Мероприятия и методы формирования корпоративной культуры.

Корпоративные кодексы

Комитеты.

Обучение сотрудников и руководителей этичному поведению.



«Карты этики» - набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующих этический кодекс корпорации для каждого сотрудника компании.

Этическая экспертиза - всесторонний анализ конкретного аспекта деятельности организации или отдельного проекта.

Международные принципы корпоративной этики:



• *Ответственность бизнеса: от блага акционеров к благу его ключевых партнеров*



• *Экономическое и социальное влияние бизнеса на развитие прогрессивных процессов в мировом сообществе*



• *Этика бизнеса: от буквы закона к духу доверия*



• *Уважение правовых норм*



• *поддержка многосторонних торговых отношений*



• *забота об окружающей среде*



• *отказ от противозаконных действий*

Корпоративная этика организации к покупателям.

обеспечивать своих клиентов товарами и услугами высшего качества в соответствии с их требованиями

обходиться с ними честно во всех аспектах коммерческой деятельности компании, обеспечивая высокий уровень обслуживания, удовлетворяя потребности клиентов

принимать необходимые усилия для гарантии того, что товары и услуги будут поддерживать или улучшать здоровье и безопасность клиентов, а также состояние окружающей среды

гарантировать уважение человеческого достоинства, предлагая товары, занимаясь маркетингом и рекламой; уважать целостность культуры клиентов

Корпоративная этика организации к инвесторам.



•Обеспечивать профессиональный и тщательный менеджмент для гарантирования справедливой и конкурентоспособной прибыли на капитал владельцев и инвесторов.

•Гарантировать владельцам и инвесторам открытый доступ к информации, ограниченный только рамками закона и условиями конкуренции.

•Сохранять, защищать и приумножать активы владельцев и инвесторов.

•Относиться со вниманием к их требованиям, предложениям, резолюциям.

Корпоративная этика организации к персоналу.

✓ *Создавать условия труда для работников, не наносящие ущерба их здоровью и человеческому достоинству.*



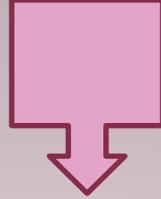
✓ *Поощрять работников и помогать им в развитии необходимых навыков и умений.*

✓ *Стимулировать в рамках своего бизнеса использование труда работников с различным профессиональным уровнем на тех участках, где они могут принести наибольшую пользу.*

✓ *Участвовать в случае возникновения конфликтов в открытых переговорах с трудовым коллективом.*

Перспективы компаний с различным уровнем корпоративной культуры.

УРОВЕНЬ	ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИИ	ПЕРСПЕКТИВЫ КОМПАНИИ
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА	<ul style="list-style-type: none">-Развитая атрибутика корпоративной культуры;-Ориентация на получение прибыли, завоевание и удержание позиций на рынке;-патриотизм, командный дух.	При отсутствии способности учитывать быстро меняющиеся условия макросреды компания может стать неэффективной.
МЕЖКОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА	Открытость, готовность к изменениям. Корпоративная культура компании толерантна к другим культурам, их ценностям, нормам и атрибутам.	Дополнительные возможности ведения бизнеса, расширение информационных ресурсов, развитие персонала, стабильное функционирование компании.
КУЛЬТУРА БИЗНЕСА	Готовность к социальному партнерству; взаимное обогащение корпоративной культуры компании и общественных ценностей.	Развитые ценности и потребности формируют предпосылки для появления новых направлений деятельности .



Понятие корпоративной этики прочно входит в нашу жизнь. Морально-нравственный климат на предприятии, особенно в России для решения экономических задач, может играть не менее важную роль, чем грамотно организованный менеджмент.

Изучение законодательной и морально-этической базы корпоративной этики является как никогда актуальным.

