

ВНУТРИФИРМЕННЫЙ КОДЕКС КОРПОРАТИВНОЙ ЭТИКИ



Хамурова
Екатерина
2410
ФФ

Корпоративный кодекс

Корпоративные кодексы — это правила, действующие для всех членов организации, и убеждения, разделяемые всеми членами команды.



Цель выработки Кодекса

Упорядочение бизнес-процесса и повышение его эффективности;

Предотвращение развития нестандартных ситуаций;

Создание единого эмоционального и духовного пространства;

Концентрированное выражение корпоративной культуры и идеологии организации.



Корпоративная культура

- Корпоративные кодексы — одна из важных и необходимых составляющих корпоративной культуры. Они определяют и фиксируют идентичность и индивидуальность организации.
- Корпоративная культура — совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавших свою эффективность и разделяемых большинством членов организации.

Корпоративная этика

Корпоративная этика – совокупность поддерживаемых организацией ценностных представлений, принципов, этических норм поведения, которые принимаются и разделяются всеми работниками, задают общий тон их деятельности, а также определяют согласованность действий управленческого звена, структурных единиц и работников.



Корпоративный кодекс может формироваться при различных ситуациях и условиях:

На стадии роста бизнеса кодекс выполняет миссию социализации по отношению к новым сотрудникам.

Когда руководителям требуется распространить свое видение бизнеса на подчиненных, согласовать с ними философию развития, найти общие подходы.

Когда организация развивает внутренние коммуникации и занимается формированием внутреннего имиджа.

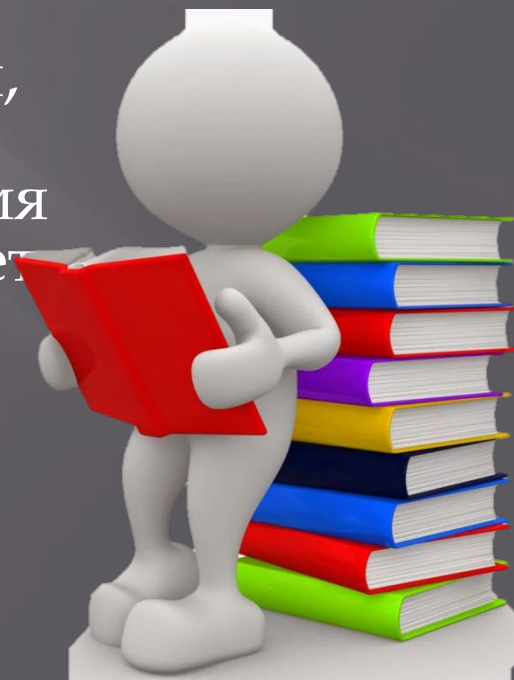
Кодекс корпоративной этики – ориентир для сотрудников

- Благодаря корпоративному Кодексу каждый работник предприятия понимает, что из себя представляет компания, в которой он трудится, каковы ее основные ценности и традиции, задачи и цели, и чего руководство ожидает от каждого своего работника.
- Кодекс корпоративной этики – это ориентир для всех (как для руководства, так и для младшего персонала), на единые корпоративные стандарты.
- Таким образом, происходит усиление корпоративной общности, ощущения принадлежности к одной команде, коллективу, компании, бренду.

Кодекс КЭ и положительный ИМИДЖ КОМПАНИИ

Функции кодекса:

- I. Увеличивает капитализацию и повышает привлекательность конкретного бизнеса для партнеров и инвесторов.
- II. Формирует доверительное отношение к компании извне (публичный документ управления, который предъявляют общественности, когда организация выходит на новые рынки, развивает и расширяет свою деятельность);
- III. Регулирует многие этически неоднозначные вопросы;
- IV. Помогает адаптировать новых сотрудников.



Создание Кодекса КЭ

- Создание кодекса — это серьезный проект, требующий временных и интеллектуальных затрат. На разных этапах проекта к участию в нем привлекаются сотрудники разных категорий, т. к. важно сформировать и учесть общие и разделяемые принципы организации.



Мероприятия по внедрению Кодекса корпоративной этики


Опубликование и обеспечение доступа к Кодексу



Его регулярная трансляция новичкам



Информационное продвижение кодекса через каналы корпоративных коммуникаций



Проведение коллективных мероприятий



Построение организационной системы исполнения Кодекса (комитет).

Подходы к применению Кодекса

- ▣ Суммируя существующую практику можно говорить о трех подходах к реализации Кодекса, отличающих статус этого документа и цели его создания:
 1. Кодекс как инструмент развития корпоративной культуры
 2. Кодекс как инструмент повышения эффективности управления
 3. Кодекс как инструмент предотвращения нарушений и борьбы с потерями



1. Как инструмент развития корпоративной культуры

В данном случае Кодекс играет роль внутреннего документа, отражающего особенности корпоративной культуры организации: ее ценности и принципы взаимодействия между людьми в процессе работы.

Такие Кодексы направлены на усиление корпоративной идентичности работников, а ключевым фактором их внедрения часто становятся положения, которые отражают уникальность компании.

Будучи предназначенными только для внутренней аудитории, такие Кодексы не предъявляются внешним аудиториям.

2. Как инструмент повышения эффективности управления

- ▣ Разработка Кодекса требует проведения ценностного аудита, тестирования существующих управленческих практик с целью дальнейшей их коррекции (в первую очередь в области управления персоналом и внутренних коммуникаций).
- ▣ Здесь организационные ценности и принципы должны быть описаны операционально. Использование абстрактных категорий без расшифровки неприемлемо.
- ▣ Внедрение более трудоемко, однако «материализация» в жизни выше: такая конфигурация имеет не только идеологию организации, но соотнесение с реальной практикой.

3. Как инструмент предотвращения нарушений и борьбы с потерями

- Его задача — предотвращение нарушений, связанных с низким риском разоблачения и требующих наряду с осуществлением мер внутреннего контроля поддержания этических установок.
- Содержание такого кодекса включает наиболее «уязвимые» области: конфликт интересов, предотвращение коррупции, ответственное использование ресурсов компании и т. д.
- Программа внедрения должна помочь сотрудникам лучше понимать необходимость этого документа, а не воспринимать его в чреде прочих инструкций: финальная цель - создание атмосферы нетерпимости к этическим нарушениям в организации.



В базовом варианте корпоративный кодекс включает в себя:

Положение о персонале или правила внутреннего трудового распорядка;

Положение о конфиденциальности;

Трудовой договор и приложения к нему (в частности, должностная инструкция);

Брошюра о корпоративной культуре и истории компании.

- К базовому набору прибавляются дополнительные документы в зависимости от специфики работы организации.
- Например, в ряде компаний существуют Правила поведения на корпоративных мероприятиях, Положение о работе с клиентами, Положение об аттестации, Положение об обучении персонала, Правила заполнения бланков учета



Спасибо за внимание!