

ФИЛОСОФИЯ

Гурьева Елена Юрьевна

студентка

Михайлова Анна Викторовна

канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет
им. М.К. Аммосова» – Финансово-экономический институт
г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ ЭТИКИ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье затрагивается проблема корпоративной этики в современной организации, раскрывается само понятие «корпоративная этика», а также выделяется ряд преимуществ наличия этики в организации. По мнению авторов, российская система управления персоналом имеет свою специфику.

Ключевые слова: корпоративная этика, современная организация, персонал, специфика, преимущества.

Актуальность нашей работы заключается в том, что в нашей стране корпоративная этика находится на стадии развития и становления. Вопросы внедрения корпоративной этики в современной организации заслуживают особого внимания в силу особенностей российской системы управления персоналом.

Давайте рассмотрим понятие «корпоративная этика». В трудах исследователей (А.Д. Барышева, А. Колпакова, Н. Матюшина и др.) этика – философское учение о морали, нравственности, ее развитии, принципах, нормах и роли в обществе. Корпоративной этикой (в широком смысле) называется система универсальных и нравственных специфических требований и норм поведения, реализуемых в процессе деятельности компаний, организаций.

Внедрение корпоративной этики вызывает споры, так как представители нового поколения «бунтарски» реагируют на нормы корпоративной этики или трактуют их очень своеобразно.

Мы полагаем, что корпоративная этика важна для всех видов бизнеса, так как она, равно как в целом с корпоративной культурой. Она регулирует отношения руководства, работника, компаний с партнерами и клиентами, а также их взаимодействие внутри компании. Корпоративная культура проявляется в характеристиках внутренней атмосферы, царящей в коллективе. Она подпитывает деловую направленность и настроение сотрудников компании.

Преимущества наличия корпоративного этикета в организации:

- работнику осознать свое место в организации;
- организации создать коммуникационную систему и язык общения;
- обрести внешний вид, соответствующий профилю организации (например, униформа, спецодежда);
- регулировать взаимоотношения между работниками организации (с учетом возрастных, половых, статусных противоречий, а также мудрости и интеллекта, опыта и знаний, ранга, религии и т.п.);
- регулировать отношение работников к работе (ответственность, разделение или замещение заданий, чистота рабочего места, качество работы, карьерное продвижение).

Таким образом, главное нужно суметь донести до персонала важность правил корпоративной этики, ведь знакомить с правилами корпоративной этики под подпись нет смысла, если человек не примет их близко к сердцу как работник, то и соблюдать он их не будет.

Список литературы

1. Барышева А.Д. Этика и психология делового общения (сфера сервиса). – М.: АЛЬФА-М, 2009. – 102 с.
2. Колпакова А. Корабли не «плавают», а «ходят» // Управление персоналом. – 2014. – №12(304). – С. 8–15.
3. Матюшина Н. «Главное – суметь донести до персонала важность правил корпоративной этики» // Управление персоналом. – 2014. – №12(304). – С. 8–34.