

УДК 331.1

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО КОДЕКСА В КОМПАНИИ

Антонова Е. А.

Студентка кафедры социологии и управления

*Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова,
Белгород, Россия*

Демененко И. А.

К. с. н., доцент кафедры социологии и управления

*Белгородский Государственный Технологический университет им. В.Г. Шухова,
Белгород, Россия*

Аннотация

В статье поднимается вопрос актуальности и необходимости внедрения корпоративного кодекса в компании. Также в статье рассмотрены задачи и проблемы, предшествующие внедрению корпоративного кодекса.

Ключевые слова: корпоративный кодекс, корпоративная культура, управление персоналом.

THE ROLE OF THE CORPORATE CODE IN THE COMPANY

Antonova E. A.

Student, Department of sociology and management,

*Belgorod state technological uiversity. V. G. Shukhov,
Belgorod, Russia*

Demenenko I.A.

Candidate of sociology, associate Professor of sociology and management

*Belgorod state technological University. V. G. Shukhov,
Belgorod, Russia*

Annotation

The article raises the question of relevance and necessity of implementation of the corporate code in the company. Also, the article deals with the tasks and problems that precede the implementation of the corporate code.

Keywords: corporate code, corporate culture, personnel management.

Стремление установить понятие корпоративной культуры нередко ставит в безвыходность не только глав компаний, но и работников кадровой службы.

Один из факторов затруднения состоит в нехватке документального отображения ценностей фирмы, обычаев, правил и норм, регулирующих действия сотрудников.

Новый работник, пришедший в фирму, располагает о ней минимальными данными и даже после получения наиболее полной информации по истечении времени способен нуждаться в уточнении конкретных обстоятельств. Различные внутренние акты компании (должностные инструкции, распоряжения и положения) не в состоянии сформировать у пришедших сотрудников целостного представления о компании, неизменных правилах и нормах поведения, эталонах трудовой деятельности.

Объединить, структурировать и сделать данные удобными для восприятия и успешного освоения возможно с помощью корпоративного кодекса.

Корпоративные кодексы – это, своего рода, правила, функционирующие в интересах всех сотрудников компании, и взгляды, разделяемые всеми членами команды. Задача формирования подобных правил очевидна: пределы, установленные кодексами, упорядочивают бизнес-процессы, увеличивают их продуктивность, предотвращают формирование специфических ситуаций, образуют общее эмоциональное и духовное пространство, считаются

концентрированным выражением корпоративной культуры и идеологии компании.

Более того, корпоративные кодексы – это одна из значимых и необходимых элементов корпоративной культуры. Именно они предопределяют и закрепляют единство и особенность компании [1].

Часто под корпоративным кодексом понимают этический акт компании либо кодекс корпоративной этики. Однако имеются и прочие разновидности кодексов, к примеру, кодекс корпоративного управления. Все зависит от того, какие цели преследует предприятие при их формировании.

Корпоративный кодекс способен складываться в разнообразных ситуациях и обстоятельствах:

- В период подъема бизнеса кодекс выполняет миссию социализации согласно связи к новым работникам.

- Если главам необходимо расширить собственное виденье бизнеса на подчиненных, утвердить с ними философию формирования, определить общие подходы.

- Если предприятие формирует внутренние коммуникации и увлекается формированием внутреннего стиля.

Корпоративный кодекс отображает целевой имидж корпоративной культуры как перечень стандартов общения, информационного обмена, ценностей, которые подойдут для определенного бизнеса и могут отвечать ожиданиям работников.

Корпоративный кодекс обязан в то же время определять ряд задач. Точно механизм роста инвестиционной привлекательности, кодекс должен предъявляться инвесторам. Как аппарат управления - кодекс обязан корректировать действия работников на рабочем месте. Как механизм формирования корпоративной культуры, кодекс должен наглядно обозначать

ключевые цели и ценности фирмы, а также усиливать корпоративную общность всей фирмы.

В своей внешней ипостаси корпоративный кодекс преследует собой цель роста инвестиционной привлекательности фирмы, развитие её репутации. В том случае, если предприятие заинтересовано в развитии, в притоке вложений, намеревается выйти в новейшие секторы рынка либо укрепить завоеванные позиции, ей следует предоставить общественности и инвесторам общественные документы корпоративного управления. При этом, документ должен оставаться действительно действующим инструментом, т.к. формальное утверждение кодекса подчеркнет его несогласованность действительности и уменьшит доверие к остальным документам.

Корпоративный кодекс также направит на разрешение ещё ряда затяжных проблем компании, к примеру, увеличение производительности управления [3]. В случае, когда в организации присутствует вероятность нарушений, имеющих этическую составляющую (к примеру, ущемление, «откаты», хищения) и приносящих существенные потери, корпоративный кодекс будет функционировать на их предотвращение. Некоторые из этих нарушений сложно обнаружить, по этой причине управленческие меры по их предупреждению не считаются достаточно результативными. Необходимо улучшение дисциплины с помощью этических инструментов. Существование общих и отчетливо сформулированных для всех работников моральных стандартов поведения на рабочем месте содействует улучшению взаимодействия и росту производительности труда.

В это же время, корпоративный кодекс трудится на управление персоналом, служа целям развития и формирования корпоративной культуры, формирования концепции внутриорганизационных коммуникаций, установлению общих целей и идеологии фирмы. Кодекс послужит целям адаптации прибывающих сотрудников, их ознакомлению и принятию ими

единых ценностей и обычаев фирмы. Созданный кодекс сможет помочь на стадии подбора уберечь фирму от сотрудников, не разделяющих ценности фирмы и убеждения персонала. Кодекс несомненно поможет из заслуживающих претендентов подобрать более пригодного по жизненным убеждениям, по взглядам и ценностям, тем самым уменьшая затраты на его адаптацию в организации и коллективе.

Корпоративный кодекс способен и должен быть уникальным документом конкретной компании, который включает в себя не только стратегическое видение управления, нормы и ценности компании, но и методы их трансляции рядовым работникам. В настоящий период управление многих больших отечественных учреждений понимает, что положительный имидж - это способ капитализации. Одна из главных инвестиций нынешнего бизнеса - лояльность и самоотдача сотрудников компании. Фундаментом преданности работников становится корпоративный кодекс. Для этого, чтобы кодекс стал действительно действующим, он должен быть принят абсолютно всеми работниками фирмы, стать интегрирующим документом, предлогом для корпоративной гордости [2].

Кодекс, базирующийся на предотвращении финансовых издержек, связан с внутренним контролем и поддержанием этических норм внутри компании. В документе регулируется процедура недопустимости конфликтных ситуаций, коррупции, несанкционированного применения ресурсов фирмы. Финальная цель данного документа – непримиримость персонала к нарушениям этики компании.

Для того чтобы кодекс функционировал, следует привлечь работников в доработку проекта кодекса, чтобы они принимали его как «собственный», а не как «навязанный свыше». Кодексы корпоративного поведения дают возможность регулировать порядок корпоративного управления и гарантируют цивилизованный подход к данному процессу в интересах всех участников компании.

Корпоративный кодекс должен параллельно регулировать ряд проблем. Как механизм роста инвестиционной привлекательности, корпоративный кодекс компании необходимо предоставлять инвесторам. Корпоративный кодекс как инструмент управления обязан регулировать действия работников на рабочем месте. Как механизм формирования корпоративной культуры, кодекс должен точно обозначать ключевые цели и ценности и укреплять корпоративную общность всех сотрудников фирмы.

Библиографический список

1. Демин, Д. Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 154 с.
2. Макеев, В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации. – М.: Ленанд, 2015. – 248 с.
3. Филатов А.А., Кравченко К.А. Современная практика корпоративного управления в российских компаниях. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 245 с.

Оригинальность 84%