

## КОРПОРАТИВНАЯ ЭТИКА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИМИДЖА КОМПАНИИ

Чурилова Я.Б., Пашкова Е.А.

Научный руководитель – ст. преп. Митцева О. С

Харьковский национальный университет радиоэлектроники  
(61166, Харьков, пр. Ленина, 14 каф. философии, тел. (057)702-14-65

E-mail: [borrellyv@i.ua](mailto:borrellyv@i.ua), тел. (057)732-03-17

In today's world is becoming increasingly important to follow ethical standards – a kind of rules of conduct, which worked out a lot of years of humanity. In everyday life, regardless of whether personal or work, there are situations that require ethical review, and most importantly adequate behavior and perception of any emerging situations. In the business world has long developed business ethics, because now it becomes the property of a large number of business people, because that is what can greatly affect the success of a business.

Корпоративный имидж состоит из множества компонентов, которые отображают жизнь компании, её моральные ценности, стиль общения внутри компании и вне её. В современном мире вопросами корпоративной этики и имиджа компании занимаются экономисты, маркетологи, культурологи, политологи и лингвисты.

Термин «этика» введен [Аристотелем](#), в котором рассматривается направленность и способы регуляции человеческого поведения. Этимологически термин «этика» происходит от понятия, обозначавшего совместное жилище, обитание в котором, по [логике](#) вещей требовалось исполнение некоторых общих правил. На момент своего появления этика определила свой предмет как наука, изучающая поступки людей, их мотивы и цели. Этика никогда не была нейтральной по отношению к моральной практике. Мораль как таковая появилась в [истории общества](#) именно тогда, когда возникла свобода выбора.

В современном мире все больше приобретает значение следование этическим нормам – своего рода правилам поведения, которые вырабатывалось много лет человечеством. В повседневной жизни, не зависимо от того, личной или рабочей, возникают такие ситуации, которые требуют этической оценки и оценки с точки зрения морали, следовательно, адекватного поведения и восприятия любых возникающих ситуаций.

В мире бизнеса уже давно сложилась деловая этика, ведь в настоящее время она становится достоянием большого числа деловых людей, так как именно это в значительной мере влияет на успешность бизнеса.

Сегодня весь бизнес находится в конкурентной среде и это как раз влечет за собой ряд проблем, решение которых сопряжено с вопросами этического свойства. Для соблюдения этических норм, человеческое

общество создало ряд правил, облеченные в различные документы, которые описывают должное поведение людей в различных сферах его существования: «Хартия деловой и корпоративной этики», «Кодекс корпоративного поведения» и др. Этический кодекс, по сути, является сводом правил и норм поведения, с помощью которого задаются модели поведения и стандарты отношений совместной деятельности.

Для того, что бы повысить статус компании и усилить значимость принадлежности к профессии необходимо разделить нормы этического поведения для различных сфер профессиональной деятельности. Так как разные профессии могут быть связаны с разными вопросами, которые требуют определенных решений и поведения, несомненно, все эти и другие факторы могут повлиять на успешность развития человека в области его профессии. Прежде всего, профессионал должен опираться на общие нормы общественной этики, а потом уже выстраивать этику в бизнесе.

На практике необходимо следовать определенным нормам поведения: необходимо строить с клиентами, сотрудниками и партнерами отношения на основе правовых, нравственных и этических норм; нести полную ответственность перед потребителями за качество производимой продукции, за своевременное выполнение заказа; поддерживать взаимовыгодные отношения; так же необходимо руководствоваться взаимоуважением и уметь идти на компромисс; признавать заслуги других, соответственно обеспечивать вознаграждения; необходимо также нести ответственность перед обществом, за влияние труда, как на целое общество, так и на мелкие составляющие его и естественно на окружающую среду; если есть возможность, то поддерживать благотворительные фонды.

Залогом успешности компании, являются налаженные отношения внутри компании. Поэтому здесь тоже необходимо устанавливать некоторые правила, как например: необходимо заботиться о том, что бы в компании сохранялся общий интерес к делу; необходимо заботиться о сплоченности коллектива, создать и поддерживать общий деловой имидж; необходимо навести запрет на ведение посторонней коммерческой деятельности, которая не входит в интересы компании. Каждый профессионал должен ценить и уважать личности окружающие его, выполнять свои обещания, быть вежливым и корректным в любой возникающей ситуации и не терять самообладания, а также еще иметь опрятный вид.

Для любой организации корпоративные отношения очень важны, если отношения налажены между участниками компании, то гармонизируется психологический климат в работе, повышается уровень взаимовыручки и взаимопомощи, следовательно развитие корпоративных отношений способствует улучшению экономических показателей компании.