адекватно отвечать на различные изменения внешней среды, выполнения важнейших функций таможенных органов и государства.

1. Алексеева Е.В., Воробьева Е.Д. Коррупция в деятельности таможенных органов российской федерации: причины возникновения и возможность применения зарубежного опыта противодействия // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. № 32 (6). С. 42-46.
2. Дорожкина Т.В., Щербакова В.И. Современные подходы к формированию кадровой политики таможенных органов // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 59-2. С. 65-67.
3. Официальный сайт Федеральной таможенной службы. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.customs.ru/>

Зеленина Т.Р.

Корпоративная этика как основа организационной культуры

*Российский Новый Университет
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-05-2021-261

Аннотация

В статье рассматриваются сущность корпоративной этики, её роль в формировании организационной культуры субъектов экономической деятельности.

Ключевые слова: организационная культура, корпоративная этика, корпоративный кодекс, ценности, стандарты, идеология.

Abstract

The article deals with the essence of corporate ethics, its role in the formation of the organizational culture of economic entities.

Keywords: organizational culture, corporate ethics, corporate code, values, standards, ideology.

Важнейшей стороной функционирования организации является организационная культура, которая во много формирует стратегию управления человеческими ресурсами. Управленческая практика свидетельствует, что корректно сформулированная и тщательно выстроенная организационная культура является сильным стратегическим инструментом, который сводит воедино усилия всех структурных подразделений и отдельных сотрудников на достижение корпоративных целей.

Организационная культура включает организационные ценности, неписанные правила, нормы поведения, запреты, стандарты, корпоративные традиции, ритуалы (как традиционные действия внутри сообщества). Все эти элементы, будучи усвоенными, как правило, не подвергаются критическому осмыслению и не требуют дополнительной аргументации. Проявляясь бессознательно в поведенческих актах, они определяют характер взаимодействий и согласованность в деятельности членов отдельных групп, структурных подразделений и основных факторов развития производства.

Характерной чертой последних лет является повышенное внимание к формированию организационной культуры в российских организациях, а также к её неотъемлемой составляющей – корпоративной этике.

Под **корпоративная этикой** понимаем систему моральных принципов и норм нравственного поведения, а также коллективные ценности, оказывающих регулирующее воздействие на отношения внутри одной организации и на взаимодействия с другими организациями и деловыми партнёрами.

Корпоративная этика устанавливает морально-нравственную основу служебных отношений. Единой корпоративной этики не существует, любая организация своеобразна, имеет свои отличительные черты и специфику деятельности, и формирует собственные этические нормы, имея в своём составе разных людей. Наличие собственной неповторимой совокупности морально-нравственных норм обусловлено тем, что каждый работник обладает собственными ценностями, жизненными установками и манерами поведения, усвоенными в процессе социализации.

Тем не менее, эффективная организационная культура не возникает спонтано, её должны сознательно создавать и направлять руководители и кадровые специалисты. При этом моральные принципы и нормы должны, во-первых, работать на благо организации и, во-вторых, быть согласованы с этическими нормами и принципами, действующими в общем бизнес-пространстве.

Если руководители не признают необходимости прилагать усилия для формирования этических принципов и добиваться их усвоения, организационная культура формируется стихийно. При этом в поведении сотрудников могут закрепляться негативные нормы. Отсутствие ясности в отношении правил поведения приводит к недоверию, стремлению угодить начальству, работе только на словах. Реальных изменений организационной культуры не происходит.

Корпоративная этика находит своё отражение в кодексах корпоративной этики (или корпоративных кодексах), тенденция распространения которых значительно усилилась в последние годы. Корпоративная этика как явление появилась очень давно, когда возникла необходимость регулировать взаимодействия людей внутри больших сообществ, а также за их пределами. Успешные взаимодействия формировались благодаря знаниям, умениям, навыкам, на основе которых стало возможным установление психологического контакта между людьми. В современных организациях эти знания перестают быть негласными и получают закрепление в различных кодексах и правилах. В настоящее время у любой серьёзной компании имеется свой корпоративный кодекс.

Корпоративный кодекс — документ, описывающий стандарты и ценности компании, процедуры их внедрения в жизнь организации и механизмы контроля за исполнением принятых правил, т.е. это правила, действующие для всех членов организации, и убеждения, разделяемые всеми членами команды.

Ключевая цель создания корпоративного кодекса — сплотить коллектив, превратить группу разрозненных индивидуумов в команду, которая трудится в интересах организации, обеспечить совместимость и слаботанность сотрудников. Такое сплочение возможно только в том случае, если сотрудники будут придерживаться единых стандартов и правил поведения, разделять общеорганизационные ценности.

Помимо достижения основной цели, разработка корпоративного кодекса позволяет достигать также следующих целей:

- формирование желаемой организационной культуры;
- трансляция ценностей;
- установление единых правил поведения, стандартов, процедур;
- повышение инвестиционной привлекательности компании;
- соблюдение формальных требований и стандартов.

Ценности, стандарты и правила, изложенные в кодексах, задают рамки организационной деятельности, упорядочивают бизнес-процессы, повышают их эффективность, предотвращают развитие нестандартных ситуаций, создают единое эмоциональное и духовное пространство, являются концентрированным выражением корпоративной культуры и идеологии организации.

Результатом усвоения положений корпоративного кодекса становятся следующие достижения:

- усиливается мотивация и искренний интерес сотрудников к работе;
- повышается производительность труда;
- пропадают причины для серьезных конфликтов и интриг, возникающие противоречия решаются быстро и конструктивно;
- коллектив нацелен на достижение корпоративных целей;
- формируется высокий потенциал для укрепления деловой репутации.

В структуре современных корпоративных кодексов можно выделить две основные части:

- 1) ценностно-идеологическую, содержащую информацию о компании, её истории, культуре, миссии, ценностях, идеях, принципах.
- 2) нормативную, отражающую конкретные правила организации и регламенты деятельности. [1, с.71]

Корпоративный кодекс регламентирует поведение работников и их взаимоотношения с представителями целевых аудиторий организации: инвесторами и акционерами, поставщиками, покупателями продукта организации, представителями средств массовой информации, органами государственной власти и управления, обществом в целом.

Кодекс корпоративного поведения выполняет ряд важных функций, к которым относятся:

- 1) репутационная функция, которая заключается в формировании доверия к компании со стороны референтных внешних групп (описание политик, традиционно закрепляемых в международной практике по отношению к клиентам, поставщикам, подрядчикам и т.д.). Таким образом, кодекс, являясь инструментом корпоративного PR, повышает инвестиционную привлекательность компании;
- 2) управленческая функция, которая состоит в регламентации поведения в сложных этических ситуациях. Правила поведения сотрудников регулируются путем: регламентации приоритетов во взаимодействии со значимыми внешними группами; определения порядка принятия решений в сложных этических ситуациях; указания на неприемлемые образцы поведения.
- 3) функция развития корпоративной культуры, которая заключается в том, что этические правила и нормы поведения, изложенные в корпоративных кодексах, постепенно становятся достоянием внутреннего мира сотрудников и закрепляются в повседневной деятельности. [1, с. 70] Таким образом, формируется желаемая организационная культура предприятия.

Эксперты утверждают, что хорошая корпоративная этика, отражённая в кодексах, должна соответствовать SMART-принципу, который включает следующие составляющие: **S** — *specific* — конкретика, **M** — *measurable* — измеримость, **A** — *acquirable* — достижимость, **R** — *realistic* — реалистичность, **T** — *timebound* — выполнимость в отведенное время. [3, с.19]

Кроме того, успешная разработка и эффективное внедрение корпоративного кодекса требует выполнения ряда условий:

- участие сотрудников в процессе разработки корпоративного кодекса;
- доступность кодекса для восприятия;
- обеспечить выполнимость положений кодекса;
- популяризовать кодекс среди персонала;
- обеспечить ответственность декартируемых ценностей реальным;

- сделать исполнение норм корпоративного кодекса обязательным для всех категорий сотрудников. Кодекс должен быть действующим и действенным, то есть исполняемым всеми сотрудниками компании, документом.[2, с.34]

Участие сотрудников в процессе разработки корпоративного кодекса включает коллективную работу с ценностями предприятия. Целесообразным представляется предоставить выбор корпоративных ценностей сотрудникам компании, а во избежание длительных формулировок сотрудниками, полезным будет предоставить перечень возможных ценностей, которые могут существовать в компании. При этом наибольшее число вошедших в предлагаемый перечень ценностей должен быть взят из анализа миссии и целей, а также из опросов менеджеров и сотрудников организации.

Добиться оптимального сочетания этих компонентов помогают:

- четко сформулированные цели компании — сотрудники должны понимать и разделять их;
- миссия, которую поддерживает персонал;
- стремление к успеху компании, вера в него;
- правила корпоративного сотрудничества внутри коллектива;
- нормы поведения, корпоративный стиль;
- принципы оценки работы, система мотивации;
- возможности для индивидуального и профессионального роста (курсы, тренинги и т.д.).

При разработке корпоративного кодекса важно избегать следующих ошибок:

- создания корпоративного кодекса только лишь для формальных целей;
- слепого копирования или некритичной переработки кодекса другой организации;
- использования «штампов»;
- чрезмерной регламентированности;
- пренебрежения открытостью или излишней открытостью;
- чрезмерной идеализации;
- нарушения трудового законодательства.[4, с.45]

Наиболее успешен при разработке и внедрении корпоративного кодекса партнёрский подход, основанный на следующих принципах:

- диалогичность и максимальная прозрачность всего процесса разработки и введения в действие кодекса;
- добровольность принятия этических принципов и норм сотрудниками;
- равенство всех сотрудников в исполнении зафиксированных норм (при этом тон должны задавать руководители).[3, с.56]

С кодексом корпоративной этики следует ознакомить всех работников, но при этом нужно помнить: в основе соблюдения этических норм — не приказ, а искренняя вера в их нужность и справедливость. Это значит, что если работник не принимает корпоративную этику организации близко к сердцу, ему будет сложно ей следовать. Даже если он подписал документ.

Таким образом, корпоративный кодекс, являясь одним из основных документов, описывающих и регламентирующих корпоративную культуру, ценности, правила, нормы и стандарты корпоративной этики, в современных условиях превращаются в мощный инструмент управленческого воздействия на персонал организации, средство трансляции корпоративной философии и ценностей во

внешнюю и внутреннюю среду; поэтому не использовать его сегодня в полной мере значит пренебречь одним из ключевых факторов эффективности и успеха компании.

1. Аширбагина Н. Л. Кодекс этики как фактор развития корпоративной культуры. [Электронный ресурс] // Вестник сибирского института бизнеса и информационных технологий. – Омск, 2012. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kodeks-etiki-kak-faktor-razvitiya-korporativnoy-kultury/viewer>
2. Демин, Д. Корпоративная культура: Десять саемых распространённых заблуждений / Д. Демин. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 154 с.
3. Зайцев Г. Г. Корпоративная этика и её роль в формировании высокой эффективности производства в современных условиях. [Электронный ресурс] // Журнал: Экономика нашего мира. Учредители: Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина (Санкт-Петербург) – 2013. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-etika-i-ee-rol-v-formirovaniivysokoy-effektivnosti-proizvodstva-v-sovremennyh-usloviyah>
4. Пурим А.Д. Разработка корпоративного кодекса организации. // Мировой опыт и отечественные тенденции управления человеческими ресурсами. Материалы III Международной научно-практической интернет-конференции. Москва, 4 апреля 2012г./под ред. Пугачёва В.П.- М.: Издательство Московского Университета, 2012.- С.44-46

Козенко Ю.А.¹, Козенко Т.Е.²

Правовое регулирование в сфере здравоохранения с применением технологий блокчейн-платформ

¹ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

²ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет»
(Россия, Волгоград)

doi: 10.18411/lj-05-2021-262

Аннотация

Система здравоохранения России за период работы в напряжённых условиях пандемии COVID-19 получила неоценимый опыт в плане регулирования процесса маршрутизации пациентов на различных этапах ведения больных от момента обращения, обследования и лечения. Каждый этап требует не только качественного кадрового, материального обеспечения, но и правового сопровождения в соответствии с возникающими ситуациями.

Ключевые слова: технологии блокчейн-платформ, маршрутизация пациентов, электронные медицинские карты, электронный рецепт, Единая государственная информационная система в сфере здравоохранения (ЕГАИСЗ).

Abstract

During the period of work in the tense conditions of the COVID-19 pandemic, the Russian healthcare system has gained invaluable experience in regulating the process of patient routing at various stages of patient management from the moment of treatment, examination and treatment. Each stage requires not only high-quality personnel and material support, but also legal support in accordance with emerging situations.

Keywords: blockchain platform technologies, patient routing, electronic medical records, electronic prescription, the Unified State Information System in the Healthcare Sector (EGAISZ).

Работа в условиях пандемии COVID-19 за последний год оказала своё воздействие на формирование новых требований к лечебному процессу, его формированию и управлению. Буквально ежедневно приходилось вносить корректировки в маршрутизацию пациентов, осуществлять контроль за качеством оказания медицинской помощи и её лекарственным и материальным обеспечением.