Понятие «корпоративная культура» имеет много определений. Наиболее популярными и максимально точно отражающими данный феномен являются следующие дефиниции: *корпоративная культура* – это сложившийся психологический климат работы в организации; *корпоративная культура* – это система материальных и духовных ценностей, присущих определенной компании; *корпоративная культура* – свод наиболее важных положений деятельности предприятия, определяемых его миссией и стратегией развития и находящих свое отражение в совокупности социальных норм и ценностей, которые разделяют большинство сотрудников. Несомненно, данное понятие неразрывно связано с вопросами субординационных отношений, трудовой дисциплины, контроля руководством поставленных задач, удовлетворенности своей работой со стороны работников.

Сформулируем базовое понятие.

Корпоративная культура — совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации. Компонентами корпоративной культуры являются: ценности; убеждения; принятая система лидерства; стили разрешения конфликтов; действующая система коммуникации;  положение индивида в организации; принятая символика: лозунги, организационные табу, ритуалы мифы; [язык](https://pandia.ru/text/category/yaziki/).

Термин «корпоративная культура» появился в XIX веке. Он был сформулирован и применён немецким фельдмаршалом *Мольтке*, который применял его, характеризуя [взаимоотношения](https://pandia.ru/text/category/vzaimootnoshenie/) в офицерской среде. В то время взаимоотношения регулировались не только уставами, судами чести, но и дуэлями: сабельный шрам являлся обязательным атрибутом принадлежности к офицерской «корпорации». *(Георг Мюльберг «Студенческая дуэль на саблях»)*

Правила поведения, как писанные, так и неписанные, сложились внутри профессиональных сообществ ещё в средневековых гильдиях, причём нарушения этих правил могли приводить к исключению их членов из сообществ.

Обычно существующая в организациях корпоративная культура — сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами [коллектива](https://pandia.ru/text/category/koll/) и задающих общие рамки поведения.

Современные руководители и управляющие рассматривают культуру своей организации как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников и облегчать продуктивное общение между ними. Они стремятся создать собственную культуру для каждой организации так, чтобы все [служащие](https://pandia.ru/text/category/sluzhashie/) понимали и придерживались её. Современные организации, как правило, представляют собой поликультурные образования, подчёркивают современные исследователи.

Роль корпоративной культуры в новой, движимой знаниями экономике быстро возрастает. Это осознают все современные бизнес-лидеры и инвестируют значительные ресурсы в её формирование и развитие, поскольку эти инвестиции оплачиваются сторицей.

Исследования показывают, что большинство менеджеров по корпоративной культуре связывают её с организацией корпоративных выездов, праздников и т. п. В последнее время и среди ведущих российских фирм стало всё больше возникать не только осознание важной роли корпоративной культуры, но готовность кропотливо работать над её формированием и развитием. Такие фирмы начинают подходить к созданию корпоративной культуры как стратегически, создавая общие ценности и вдохновляя сотрудников на достижение дерзкой корпоративной миссии, так и тактически, улучшая информированность сотрудников, облегчая общение между ними, создавая корпоративные видео, печатая внутрикорпоративные журналы, и т. п.

Какова роль корпоративной культуры?

В корне любого здорового и успешного бизнеса лежит здоровая, основанная на общих ценностях, корпоративная культура. Она определяет отношение людей к работе, стиль и эффективность командной работы, удовлетворенность людей работой, отношения в коллективе, отношения с клиентами и партнерами и, в конечном счёте, успех или неудачу фирмы. Из здорового корня вырастает здоровое дерево, и наоборот.

Общие корпоративные ценности – это то, что рождает доверие и соединяет организацию в единое целое. Общие ценности также являются лицом компании, по которому её узнают во всех областях её деятельности.

На основе корпоративной культуры формируется корпоративная этика — система ценностей, регулирующая этические отношения в конкретной организации.

В современном мире огромное значение уделяется не только профессионализму, но и умению соблюдать деловую этику. Именно соблюдение этих правил отображает серьезность подхода к делу.

Деловая этика в широком смысле - это совокупность этических принципов и норм, которыми руководствуется деятельность организаций и их членов. Она включает в себя эффекты различных порядков: этическую оценку внутренней и внешней политики организации в целом; моральные принципы членов организации, т. е. профессиональная этика; моральный климат в организации; нормы делового этикета и т. д.

**Основные принципы деловой этики.** Эти принципы дают определённому работнику в любой организации основу для решений, действий, взаимодействий и т. д.

Первый принцип основан на так называемом золотом стандарте, согласно которому в рамках служебного положения нельзя допускать по отношению к своим подчиненным, к руководителю, коллегам, к клиентам, поступков, каких бы не желал видеть по отношению к себе.

Второй принцип гласит о том, что необходима справедливость при наделении сотрудников необходимыми для их служебной деятельности ре­сурсами (денежными, сырьевыми, материальными и пр.).

Третий принцип требует обязательного исправления этическо­го нарушения независимо от того, когда и кем оно было совершено.

Четвертый принцип называется - принцип мак­симума прогресса, т.е. служебное поведение и действия сотрудника, признаются этичными, если они способствуют развитию органи­зации с моральной точки зрения.

Пятым принципом является логичное продолжение четвертого - принцип минимума прогресса, согласно которому действия сотрудника или организации в целом этичны, если они хотя бы не нарушают этических норм.

Сущность шестого принципа в следующем: этичным является терпимое отношение сотрудников организации к моральным ус­тоям, традициям происходящих в других организациях, регионах, странах.

Седьмой принцип рекомендует разумное сочетание индиви­дуального релятивизма и этического релятивизма с требования­ми общечеловеческой этики.

Согласно восьмому принципу индивидуальное и коллектив­ное начало равно признаваемы за основу при разработке и принятии решений в деловых отношениях.

Девятый принцип напоминает, что не следует бояться иметь собственное мнение при решении любых служебных вопросов.

Десятый принцип - никакого насилия, давления на под­чиненных, выражающегося в различных формах (например, приказная командная манера ведения служебного разговора).

Одиннадцатый принцип выражается в том, что этические стандарты могут быть внедрены в жизнь организации только с помощью постоянных усилий со стороны менеджера и рядовых сотрудников.

Двенадцатый принцип гласит о том, что при воздействии (на коллектив, на отдельного сотрудника, на потребителя и пр.) следует учитывать силу возможного противодействия.

Тринадцатый принцип состоит в целесообразности авансиро­вания доверием - к чувству ответственности сотрудника, к его компетенции, к чувству долга и т.п.

Четырнадцатый принцип рекомендует стремить­ся к бесконфликтности. Хотя конфликт в деловой сфере носит не только бесполезный характер, но и полезные последствия, тем не менее, конфликт является основой для этических нарушений.

Пятнадцатый принцип – свобода, не ограничивающая свободы других; обычно этот принцип, хотя и в неявной форме, обусловлен должностными инструкциями.

Шестнадцатый принцип говорит о том, что сотрудник должен не только сам поступать этично, но и способствовать такому же поведению своих коллег.

Семнадцатый принцип гласит об отсутствии критики в сторону конкурента. Имеется в виду не только конкурирующая организация, но и "внут­ренний конкурент" - коллектив другого отдела, коллега, в котором можно "усмотреть" конкурента.

Здесь предлагаются основные принципы этики деловых отношений. Перечень их может быть продолжен с учетом специфики деятельности той или иной организации. Принципы этики деловых отношений должны служить осно­ванием для выработки каждым сотрудником любой фирмы собственной личной этической системы. Личные этические нормы должны базироваться на этических принципах, присущих данному уровню общественного развития. На тех же этических принципах должна быть построена рабо­та этических комиссий корпораций. Содержание этических кодек­сов фирмтакже берет свое начало из принципов этики.

Как уже было выше сказано, в деловой сфере абсолютно неприемлема агрессивная и вызывающая манера поведения. Часто предприниматели начинают хвастаться собственными достижениями и необоснованно выставлять напоказ огромное количество предметов роскоши. Во всех цивилизованных государствах подобный подход считается признаком дурного тона, свидетельствующим об излишней претенциозности и о неуважении интересов деловых партнеров.