

О. В. Харчишина,
д.е.н, доцент, завідувач кафедри менеджменту та адміністрування
Житомирський державний університет ім. І. Франка

АНАЛІЗ НОРМАТИВНОЇ БАЗИ РОЗРОБКИ КОРПОРАТИВНИХ КОДЕКСІВ

An important instrument of corporate image forming – corporate codex - is considered. The paper generalizes corporate codex sense and importance. It also dwells upon normative base of corporate codex forming.

Корпоративний кодекс є ефективним інструментом формування організаційної культури, адже дає можливість офіційно закріпити важливі для організації цінності, норми і принципи, встановлює межі повноважень і відповідальності працівників та адміністрації. Саме тому корпоративні кодекси так активно запроваджуються у розвинених країнах протягом останніх 30 років. У більшості західних країн існує державна підтримка запровадження корпоративних кодексів. Також на доцільності і ефективності їх використання наголошується у Директивах ЄС. У США (за даними журналу «FORTUNE») на початку XXI ст. 450 із 500 успішних компаній та 50% усіх інших компаній мали етичні кодекси.

Використання ціннісних підходів до управління та ведення бізнесу відбувається на трьох взаємопов'язаних рівнях: міжнародному, макрорівні та макрорівні. Міжнародний рівень бізнес-етики відображає принципи, які засновані на загальнолюдських цінностях. На міжнародному рівні правила бізнес-етики і корпоративної культури закріплені в таких документах як Примірний етичний кодекс менеджера (III Європейський симпозиум у м. Давосі, 1973 р.), Міжнародні принципи ведення бізнесу (Ювілейна сесія

ООН, 1995 р.), Принципи корпоративного управління (Організація економічного співробітництва та розвитку, 2004 р.).

На макрорівні етичні норми втілюються у нормативних документах, наприклад у Правилах корпоративного управління або у Кодексі кращої господарської практики, які затверджені практично у всіх країнах світу. Ці документи носять рекомендаційний характер, є основою для розробки відповідних кодексів на підприємствах. Національні правила корпоративного управління орієнтовані, в основному, на великі підприємства – акціонерні товариства, проте головні засади щодо взаємовідносин із стейкхолдерами можуть бути застосовані незалежно від розміру та організаційної форми підприємства. В Україні Принципи корпоративного управління були розроблені на виконання Указу Президента від 21.03.2002 р. №280/2002 «Про заходи щодо розвитку корпоративного управління в акціонерних товариствах» та розпорядження Кабінету Міністрів України від 18.01.2003 р. №25-р «Про затвердження заходів щодо реалізації пріоритетних напрямів розвитку корпоративного управління в акціонерних товариствах». Однією із важливих засад, закріплених в Указі Президента, є «впровадження загально визнаних цивілізованих, добросовісних норм ділових відносин у процесі здійснення корпоративного управління» [1; 2].

Принципи корпоративного управління України були затверджені Рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 11.12.2003 р. №571. В цьому документі основна увага приділена правам акціонерів, процесу організації управління акціонерним товариством, вимогам до розкриття інформації про діяльність акціонерного товариства. На жаль, в цих правилах немає належного відображення етичних норм корпоративного управління та взаємовідносин із стейкхолдерами [3]. Тому у 2010 р. ДКЦПФР була розроблена нова редакція Принципів корпоративного управління (проте нові правила так і не були затверджені),

методологічною базою яких стали прийнята у 2004 р. нова редакція Принципів корпоративного управління ОЄСР. Цей документ увібрав у себе найкращі зразки світової практики корпоративного управління і висвітлює питання врегулювання відносин акціонерів, менеджерів та зацікавлених осіб, важливий акцент зроблено на соціальній відповідальності і етиці відносин в процесі управління [4].

Значна частина принципів корпоративного управління є універсальними, а тому цей документ цілком може стати основою корпоративного кодексу підприємств незалежно від їх організаційно-правової форми. Розробка корпоративного кодексу є добровільною справою, проте керівництво підприємств повинно розуміти, що без створення дієвого корпоративного кодексу неможливо сформувати позитивний імідж підприємства, донести важливу інформацію про ціннісно-етичні засади діяльності організації до усіх зацікавлених сторін.

Список використаних джерел:

1. Про заходи щодо розвитку корпоративного управління в акціонерних товариствах: указ Президента України від 21 березня 2002 р. №280/2002. - Режим доступу: [//http://zakon1.rada.gov.ua](http://zakon1.rada.gov.ua)
2. Про затвердження заходів щодо реалізації пріоритетних напрямів розвитку корпоративного управління в акціонерних товариствах: розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 січня 2003 р. №25-р. - Режим доступу: [//http://zakon1.rada.gov.ua](http://zakon1.rada.gov.ua)
3. Про затвердження Принципів корпоративного управління: рішення ДКЦПФР від 11 грудня 2003 р. №571. - Режим доступу: [//http://zakon1.rada.gov.ua](http://zakon1.rada.gov.ua)
4. Principes de gouvernement d'entreprise de l'OECD. – Paris: OECD Publications Service, 2004. – 53с.