

О.М. Варипаєв, канд. філос. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

Л.М. Варипаєва, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

МЕТОДИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ЕТИКИ ДЛЯ ФАХІВЦЯ СФЕРИ СЕРВІСУ

Для успішної діяльності фахівців із готельно-ресторанної справи необхідно опанування основами знань з професійної етики та етикету надання послуг у готельному і ресторанному бізнесі. Рішення завдань і проблем професійної етики засновано на загальних засадах психологічних, філософських і етичних аспектів. У методичному аспекті важливе значення мають теоретичні правові основи для забезпечення етичних норм та правил етикету надання послуг у готелях і ресторанах, терміни та визначення, які застосовуються в міжнародній практиці. Корпоративна етика – це система моральних принципів, норм моральної поведінки, які регулюють вплив на відносини всередині одного закладу і на взаємодію з іншими закладами готельно-ресторанного господарства.

Суб'єктами корпоративної етики є: власники, керівники та працівники закладів готельно-ресторанного господарства. Вже в середньовіччі почали формуватися певні системи корпоративних поглядів. Їх найбільш характерними рисами були: солідарність людей однієї професії, суворе регламентація прав і обов'язків професійної діяльності тощо. Що стосується безпосередньо діяльності підприємств, то ціннісно-мотиваційні, культурні компоненти господарського життя досить тривалий час оцінювалися як другорядні, що не лімітують економічне зростання і ресурс. Відтворення ціннісної середовища на підприємстві відбувалося здебільшого стихійно, хоча увагу до неї з боку управлінців і вчених постійно зростала. Однак починаючи з 70-х років ХХ століття, вплив на культурні складові діяльності організацій стає безперервним і з одиничного – масовим, набуває рис добре скоординованою і пріоритетною стратегії їх керівництва.

Організація, побудована на єдності світогляду і ціннісних установок її членів, стає найбільш гармонійним і динамічною формою корпоративного співтовариства. Таким чином, призначення корпоративної етики – регулювання взаємовідносини представників різних професій, об'єднаних спільністю трудового колективу, які працюють в одній організації.

Корпоративну етику можна уявити як систему з двома підсистемами. По-перше, це моральні і етичні цінності організації і її

пріоритети в розвитку. По-друге, це норми і правила поведінки співробітників організації в формальних і неформальних ситуаціях.

Корпоративна етика базується на ряді принципів. Принцип корпоративної етики – правило діяльності в системі норм моральної поведінки суб'єктів корпоративної етики при виконанні ними своїх обов'язків. Відсутність чітко сформульованих правил корпоративної етики неминуче призводить до відсутності певної відданості своєму підприємству, що негативним чином позначається і на роботі конкретного співробітника (співробітників), і на прибутку всього підприємства в цілому. Наприклад, передача конфіденційної інформації конкуруючому підприємству практично є етичною нормою, адже працівник не зобов'язаний піклуватися про те суспільство, де він не є членом. І лише введення правил корпоративної етики дозволяє людині відчувати себе не просто гвинтиком у виробничій машині, не інструментом, за допомогою якого хтось «робить гроші», а повноправним членом колективу, майже членом сім'ї.

Корпоративна етика обумовлює колективні принципи поведінки. Наприклад: турботу про спільні інтереси організації і кожного співробітника, забезпечення зростання цінностей організації, дотримання норм ділового спілкування, створення і підтримання ділового іміджу та бездоганної репутації організації, підтримка загальної стратегії і пріоритетів організації, невикористання іміджу організації на шкоду їй в особистих цілях, конфіденційність отриманої інформації тощо. Корпоративна етика обумовлює етичні принципи службових відносин. Наприклад, співробітники організації повинні з повагою ставитися до всіх людей, вони повинні виконувати свої обіцянки, проявляти терпимість до чужої думки, дотримуватися ввічливості і коректності, не втручатися в особисте життя іншої людини без її особистого прохання тощо.

Таким чином, над правилами, які встановлюються корпоративним кодексом для співробітників, знаходяться правила, встановлені для самого закладу готельно-ресторанного господарства, та методично важливі для формування відповідних компетенцій для студентів. Наприклад: побудова відносин зі споживачами і партнерами виключно на правовій основі, повна відповідальність за якість своєї продукції і виконання договірних зобов'язань, створення і підтримка взаємовигідних відносин з постачальниками і споживачами, визнання трудових заслуг співробітників і забезпечення їм справедливої винагороди, забезпечення соціальних гарантій працівників тощо.