



Autism: Spectrum of Employment Skills

Projekta numurs: 2021-1-PT01-KA220-VET-000025013

5. modulis

Uzvedības kodekss

Autors: OECON Group

Grieķija



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Šo projektu finansē ar Eiropas Komisijas atbalstu. Šī publikācija atspoguļo tikai autora viedokli, un Komisija nav atbildīga par tajā ietvertās informācijas iespējamo izmantošanu.

Moduļa nosaukums	5. modulis: Rīcības kodekss
Mācību mērķi	<p>5. moduļa mērķis ir:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iepazīstināt izglītojamos ar organizatoriskās kultūras jēdzienu. 2. Izglītēt izglītojamos par Rīcības kodeksa nozīmi organizācijā. 3. Apmācīt izglītojamos par to, kas jāiekļauj rīcības kodeksā. 4. Sniegt vadlīnijas rīcības kodeksa izstrādei soli pa solim. 5. Sniegt informāciju par to, kā pieņemt un īstenot Rīcības kodeksu. 6. Izglīto audzēkņus par organizatoriskās uzvedības pamatiem.
Mācību rezultāti	<p>Izmantojot 5. moduli, izglītojamie spēs:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Izstrādāt stratēģiju, kas noteiks organizācijas kultūru. 2. Izveidot uzvedības kodeksu, pamatojoties uz organizācijas vajadzībām. 3. Rīcības kodeksa pieņemšana organizācijā 4. Definēt un pārvaldīt organizācijas uzvedību



1. Ievads

Katrai organizācijai vajadzētu būt rīcības kodeksam neatkarīgi no tā, vai to pieprasa likums (kā tas ir valsts uzņēmumiem). Kodekss ir noderīgs gan kā iekšējā direktīva, gan kā uzņēmuma saistību un vērtību ārējs apliecinājums. Labi uzrakstīts kodekss skaidri parāda organizācijas mērķi, vērtības un pamatprincipus, saistot tos ar ētiskas uzvedības normām. Kodekss nosaka vēlamo uzvedību, izklāstot vērtības, kuras organizācija cer ieaudzināt saviem vadītājiem un darbiniekiem.

Kodekss kalpo arī kā galvenais atskaites punkts darbiniekiem, lai palīdzētu viņiem pieņemt lēmumus ikdienā. Kodekss veicina ētisko diskursu un atbildību, ļaujot darbiniekiem risināt dilemmas, ar kurām viņi saskaras darbā katru dienu. Turklāt tas var būt noderīgs resurss darbiniekiem, lai atrastu attiecīgus dokumentus, piedāvājumus un citus ar ētiku saistītus resursus uzņēmumā. KoK izveido visu veidu organizācijas. Uzņēmumi izveido CoC, lai popularizētu vērtības un ētiku, kas padarītu tos pievilcīgus ieinteresētajām pusēm, tostarp klientiem, darbiniekiem un sabiedrībai kopumā.

Biznesa ētika un uzņēmuma kultūra ir cieši saistītas. Saskaroties ar morālām dilemmām, darbinieku reakciju un reakciju ietekmē organizācijas kultūra. Nerakstītās ētikas normas, kas nosaka darbinieku lēmumu pieņemšanu, var noskaidrot, pētot uzņēmuma kultūru. Mainot uzņēmuma kultūru, ņemot vērā šīs zināšanas, uzņēmumi var novērst kaitīgu ētisku rīcību. Produktivitāte, uzņēmējdarbības jēga un pozitīva uzņēmuma kultūra ir tikai daži no mainīgajiem lielumiem, kas var ietekmēt uzņēmuma darbību un panākumus. Izveidojot normu un principu sistēmu, kas veicina atbildību, drošību un uzticēšanos darbavietā, ētikas funkcija organizācijas uzvedībā veido pamatu daudziem panākumu un ilgtspējas atslēgas faktoriem.

2. Organizācijas kultūra

Veiksmīgai organizācijai jābūt tādai kultūrai, kuras pamatā ir stingri noteiktas un plaši izplatītas vērtības, ko atbalsta stratēģija un struktūra. Uzņēmumā ar spēcīgu kultūru notiek trīs lietas: Darbinieki apzinās, kā augstākā vadība sagaida, ka viņi reaģēs katrā situācijā, viņi uzskata, ka sagaidāmā atbilde ir pareiza, un viņi apzinās, ka organizācijas vērtību apliecināšana dos labumu. Kultūru var definēt dažādos veidos, kā rezultātā rodas definīciju daudzveidība.

Pārliecību, gaidu un prakses kopumu, kas nosaka un veido visu komandas locekļu uzvedību, sauc par organizācijas kultūru. Tā tiek uzskatīta par organizāciju raksturojošu iezīmju kopumu. Veiksmīga uzņēmuma kultūrā izpaužas pozitīvas iezīmes, kas veicina darbības rezultātu pieaugumu, savukārt disfunkcionāla uzņēmuma kultūra rada īpašības, kas var traucēt pat visveiksmīgākajiem uzņēmumiem. Kultūru veido nevis paziņojumi presei vai politikas paziņojumi, bet konsekventa un autentiska uzvedība. Darba devējiem ir izšķiroša loma spēcīgas kultūras uzturēšanā, sākot ar darbinieku atlasu un tādu kandidātu atlasu, kuri piekrīt organizācijas uzskatiem un veiksmīgi darbojas šajā kultūrā, izstrādājot ievirzes, apmācības un darba izpildes vadības programmas, kas izklāsta un nostiprina organizācijas pamatvērtības, un nodrošinot, ka darbinieki, kuri patiesi tic šīm vērtībām, saņem atbilstošu atzinību un atlīdzību.

2.a. Organizācijas kultūras attīstība

Lai izveidotu lielisku organizācijas kultūru, ir nepieciešams izstrādāt un īstenot stratēģiju ar definētiem mērķiem, kuru sasniegšanu un novērtēšanu var veikt. Turpmāk izklāstītie soļi var kalpot kā atsauce, lai izveidotu kultūru, kas nesīs labumu organizācijai.

1. Visu komandas locekļu darba atziņšana un novērtēšana.

Eksperti uzskata, ka tad, ja uzņēmumā darbinieku pateicība kļūst par tā kultūras sastāvdaļu, pieaug tādi galvenie rādītāji kā darbinieku iesaistīšanās, noturēšana un produktivitāte. Mudiniet komandas locekļus regulāri praktizēt ne tikai naudas atzinību, bet arī sociālo atzinību.

2. Radīt kultūru, kas novērtē darbinieku ieguldījumu un mudina viņus izteikties.

Atgriezenisko saiti var apkopot, izmantojot pareizus uzklauššanas rīkus, kas darba devējiem atvieglo to, ko viņi jūt. Veicot datu analīzi, ir iespējams noteikt, kas uzņēmumā darbojas un kas ne, un rīkoties, kamēr informācija vēl ir aktuāla.

3. Līderu kultūras vēstneši

Vadības komanda var palīdzēt attīstīt nepieciešamo kultūru, padarot to par prioritāti visos savas darba dzīves aspektos. Viņiem ir brīvi un godīgi jāinformē par organizācijas kultūru un vērtībām, un viņiem ir jābūt gataviem iekļaut darbinieku atsauksmes kultūras veicināšanas centienos.

4. Uzņēmuma vērtību atbalstīšana

Lai gan misijas paziņojuma izveide ir labs sākums, uzņēmuma vērtību ievērošana nozīmē to iekļaušanu visos uzņēmuma darbības aspektos. Tas attiecas uz atbalsta noteikumiem, personāla noteikumiem, pabalstu programmām un pat ārpus biroja veiktajiem pasākumiem, piemēram, brīvprātīgo darbu.



5. Saiknes veidošana starp komandas locekļiem

Meklējiet un atbalstiet kopīgas personīgās intereses starp komandas locekļiem, jo īpaši starp dažādu paaudžu pārstāvjiem, kuriem citādi varētu būt grūti izveidot saikni.

6. Koncentrēšanās uz mācīšanos un attīstību

Darbinieki, kas nepārtraukti mācās, un uzņēmumi, kas iegulda darbinieku attīstībā, rada lielisku darba vietu kultūru. Mācību iniciatīvas, koučings un jaunu pienākumu uzticēšana darbiniekiem ir lieliskas metodes, lai demonstrētu savu apņemšanos nodrošināt viņu panākumus.

7. Kultūras ņemšana vērā jau no paša sākuma

Intervijas laikā uzdodiet jautājumus par intervējamā kultūras atbilstību, piemēram, par to, kas viņam ir svarīgi un kāpēc viņš ir ieinteresēts strādāt jūsu organizācijā. Tomēr šos jautājumus nevajadzētu izmantot kā galveno kandidāta novērtēšanas kritēriju, jo labākie uzņēmumi saglabā atvērtību jaunām idejām, kas var palīdzēt saglabāt kultūru svaigu.

8. Darbinieku pieredzes personalizēšana

Impulsu aptaujas un darbinieku ceļojuma kartēšana ir efektīvi instrumenti, lai noteiktu, ko jūsu darbinieki novērtē un kā viņi redz savu ideālo uzņēmuma kultūru.

3. Rīcības kodeksa definēšana

Kopienām, kurās uzņēmumi darbojas, ir būtiska nozīme. Labi uzņēmumu vadītāji apzinās, ka pozitīvu attiecību uzturēšana ar dažādiem cilvēkiem, organizācijām un grupām ir būtiska viņu ilgtermiņa panākumiem. Gudri uzņēmumi apzinās, ka sabiedrībās, kas cieš neveiksmi - sociālu, vides vai pārvaldības problēmu dēļ -, uzņēmējdarbība nevar attīstīties. Tomēr rīcības kodeksu nosaukumi un saturs atšķiras atkarībā no uzņēmuma lieluma, organizatoriskās kultūras, darbības uzņēmējdarbības vides, atšķirīgās uzņēmējdarbības vides, dažādajām uzņēmējdarbības aktivitātēm un apņemšanās ievērot uzņēmējdarbības ētiku.

Visizplatītākā politika uzņēmumā ir CoC. Šajā politikā ir izklāstītas uzņēmuma vērtības, standarti un morālās un ētiskās prasības darbiniekiem un trešām personām, kad tās sadarbojas ar uzņēmumu. Ja notiek nelikumīga darbība, KP ir svarīgs atbilstības nodrošināšanas pasākumu aspekts, jo tā sniedz pierādījumus, ka darbinieks vai trešā persona ir pārkāpusi uzņēmuma politiku. Uzņēmuma kodekss ir politika, kas nosaka koncepcijas un standartus, kuri jāievēro visiem darbiniekiem un trešām personām, kas darbojas uzņēmuma vārdā.

Oficiāla KP ir tipisks KSA instruments, ko uzņēmumi izmanto, lai veidotu un veicinātu ētisku organizācijas kultūru un atbildīgu uzņēmējdarbības praksi. Lai izstrādātu KSA politiku uzņēmuma

iekšienē



uzņēmējdarbībā un lai izveidotu un saglabātu ētisku organizācijas kultūru, šie kodeksi tiek uzskatīti par būtiskiem. Ideālā gadījumā rīcības kodeksi ietekmē uzņēmuma kultūru, regulējot darbinieku uzvedību un darbības, veicinot ētisku uzņēmējdarbības rīcību, tādējādi izvairoties no juridiskām sekām.

Izmantojot CoC, organizācijai ir plāns, kā vadīties, pieņemot ētiskus lēmumus attiecībā uz katru ieinteresēto personu. Organizācijas darbinieki tiek iepazīstināti ar organizācijas pamatprincipiem un viņiem tiek dota iespēja pieņemt labākus lēmumus ikdienas darbībā, lai gan tas nav vienkāršs risinājums katrai problēmai, ar ko saskaras darbinieks.

Izstrādājot Rīcības kodeksu:

- Darbiniekiem ir skaidri izklāstītas vadības gaidas un normas. Tajā ir izklāstīta atbilstoša uzvedība darba laikā, iekšējā un ārējā komunikācija, kā arī sniegta palīdzība darbiniekiem, lai gūtu panākumus organizācijā.
- Ir ieviestas konkrētas korporatīvās politikas, kas nodrošina atbilstību.
- Klienti un sadarbības partneri ir informēti par organizācijas ideāliem.

3.a. Rīcības kodeksu priekšrocības un trūkumi

Korporatīvā kultūra tagad paredz, ka visiem darbiniekiem jāievēro ētikas kodekss. Tomēr vēl nav zināms, cik veiksmīgi šie kodeksi atbalsta gan uzņēmējdarbības mērķus, gan sabiedrības vispārējās intereses. Uzņēmumu vadītāji, pilsoniskās sabiedrības pārstāvji, akadēmisko aprindu pārstāvji un dažādu NVO pārstāvji ir apsprieduši ētikas kodeksu priekšrocības un trūkumus.

Priekšrocības:

- risina sociālos jautājumus un patērētāju spiedienu
- Izvairās no negatīviem plašsaziņas līdzekļiem
- Uzlabo un aizsargā uzņēmuma reputāciju, pievēršot uzmanību tā līdzdalībai sabiedrībā un KSA.
- Samazina kaitīgos ārējos faktorus.
- kalpo kopienas interesēm.
- Uztur darbinieku uzvedības kontroli, lai pārtrauktu pārkāpumus, kas varētu radīt kaitīgas sociālas un ekonomiskas sekas.
- palīdz padarīt darbinieku uzvedību paredzamāku, novēršot neētiskas un nelikumīgas darbības.
- Interesu konfliktu novēršana uzņēmuma līmenī
- To var pielāgot uzņēmuma vajadzībām.
- Palielina uzņēmuma rentabilitāti un sniedz lielākus finansiālos ieguvumus tā darbiniekiem.

Trūkumi:

- Korporatīvā ētika bieži tiek vienkārši ignorēta, savukārt kodeksi bieži tiek izmantoti kā mārketinga stratēģija, lai iegūtu klientus un investorus un tādējādi veicinātu uzņēmuma atpazīstamību, pamatojoties uz morāles principiem.
- Iekšējā kontrole un sankcijas noteiks, cik labi šie noteikumi tiek ievēroti, tāpēc, ja uzņēmums efektīvi neveicina un neuzrauga darbinieku rīcības kodeksu ievērošanu, tie paliks neefektīvi.
- Kodeksi nav pietiekami konkrēti, lai ietekmētu morālu uzvedību un sodītu par nepareizu uzvedību.
- Pret darbiniekiem var tikt izmantoti kodeksi, kas ierobežo viņu iespējas runāt un atklāt neētisku rīcību, jo viņi baidās no represijām.
- Rīcības normu izveide un ieviešana parasti tiek uzskatīta par dārgu un laikietilpīgu īstermiņā.
- KP var atklāt korupcijas problēmas, ko uzņēmumi slēpj. To publiskošana radīs negatīvu publicitāti un ļaus zaudēt peļņu, kas gūta, veicot ar korupciju saistītas darbības.
- Sakarā ar neatbilstībām starp uzņēmumu rīcības kodeksiem un to valstu tiesību aktiem, kurās tie darbojas, korporācijas, kas darbojas globālā mērogā, var nonākt dažādos interešu konfliktos, jo īpaši attiecībā uz cilvēktiesību jautājumiem.
- Uzņēmumi, kas ievēro ētiku, var saņemt nelielu vai nekādu aizsardzību saskaņā ar starptautiskiem nolīgumiem un valsts tiesību aktiem.

4. Rīcības kodeksa saturs

Katram CoC vajadzētu būt dažām pamatkomponentēm. Ētikas kodeksā ir skaidri jānorāda uzņēmuma ideāli, jāiekļauj izpilddirektora vēstule un jāizskaidro, kas notiek, ja notiek pārkāpumi. Ģenerāldirektora vēstulē jāuzsver organizācijas apņemšanās ievērot šos standartus. Vēstule ir iespēja uzsvērt, cik svarīga vadības komandai ir atbilstība un ētika. Tā kā darbinieki un ārējās puses parakstīsies un tādējādi apņemsies ievērot šos standartus, SM ir lieliska vieta, kur ar viņiem nostiprināt uzņēmuma pārliecību. Būtisks pirmais solis, lai izveidotu plaukstošu uzņēmumu un uz atbilstību orientētu kultūru, ir organizācijas vērtību izvēle.

Katrai RK ir jāatspoguļo organizācija, ko tā regulē. Tas nepieciešams, lai tajā būtu atspoguļotas uzņēmuma ikdienas darbības, pamatvērtības un korporatīvā kultūra. Nav universāla CoC, ko var izmantot visi uzņēmumi, jo tas ir jāpielāgo katrai atsevišķai organizācijai. Tomēr ir vairākas iezīmes, kurām vajadzētu būt visiem uzņēmumiem:

- **Domājot par lasītāju:** Tajā ir sniegts tehniskās vai juridiskās terminoloģijas skaidrojums, un tas ir viegli saprotams.
- **Visaptveroša:** tajā aplūkoti visi jautājumi, kas ietekmē darbinieku ikdienas dzīvi, un sniegta visa nepieciešamā informācija.
- **Līderības atbalsts:** Augstākā vadības grupa to atbalsta. Parasti pietiek ar izpilddirektora vai prezidenta priekšvārdu, lai to pierādītu.
- Tā ir pieejama visiem darbiniekiem un investoriem.

Kodekss nosaka, ko jums vajadzētu un ko nevajadzētu darīt darbā. Tas var ietvert darbinieku informēšanu par to, kāpēc viņiem to nevajadzētu darīt:

- Lai ātrāk pabeigtu darbu, izmantojiet īsus piegājienu, jo tiem var būt negatīvas blakusparādības.
- diskriminēt uzņēmumā strādājošos. To dēvē par diskrimināciju darbavietā, un tās iemesls var būt personas rase, dzimums, sociālekonomiskais statuss vai reliģija.
- Uzņēmuma aktīvu izmantošana personiskai lietošanai

Ir dažas pamatkomponentes, kas būtu jāiekļauj katrā KP, lai gan precīzs saturs var atšķirties atkarībā no tādiem faktoriem kā uzņēmuma raksturs un nozares, kurā tas darbojas:

- Aizraujošs virsraksts: centieties izvairīties no vispārīgiem virsrakstiem, kas varētu likt kodam izskatīties pārāk profesionālam un līdzīgam juridiskam dokumentam.
- Uzņēmuma izpilddirektora vai cita augstākā līmeņa vadītāja ievadvēstule, kurā izklāstīti kodeksa mērķi un tā nozīme ētiskas kultūras veicināšanā, kas sniedz labumu ieinteresētajām personām un darbiniekiem.
- Satura rādītājs
- Prologs/priekšvārds, kas izvērš ievadvēstules mērķus un uzdevumus.
- Organizācijas misijas paziņojums un/vai pamatvērtību deklarācija.
- Kodeksa darbības jomas definīcija, tostarp to, kam, kad un kā tas piemērojams.
- Kodeksa noteikumu saraksts: tās ir būtiskas problēmas, kas ietekmē organizāciju.
- Pareizas uzvedības piemēri saistībā ar katru kodeksa noteikumu
- Metode, kas palīdz personāla locekļiem izvēlēties pareizo pieeju, saskaroties ar morālām izvēlēm.
- Sūdzību izskatīšanas iespēju saraksts, tostarp ētikas un atbilstības amatpersona, uzticības tālrunis anonīmiem ziņojumiem un ētikas un atbilstības tīmekļa vietne.
- Norādes par sodiem vai citām sankcijām par noteikumu pārkāpumiem.

Citi komponenti, ko varētu iekļaut MK, ir šādi: alkohols, smēķēšana un vielu lietošana; organizācijas resursu izmantošana; ģērbšanās kodekss; vienlīdzīgas iespējas; interešu konflikti; apmeklētības prasības; veselība un drošība.

5. Rīcības kodeksa izstrāde

Pirmais solis, lai izstrādātu kopīgu koordinācijas sistēmu, ir definēt tās mērķi un nozīmi. Trīs visbiežāk sastopamie iemesli, kādēļ tiek pieņemti uzņēmējdarbības kodeksi, ir juridisko saistību ievērošana, konsekventas korporatīvās kultūras izveide un uzņēmuma reputācijas aizsardzība un uzlabošana. Kodeksa izveides pamatā ir rūpīgas zināšanas par darbības un reputācijas problēmām, ar kurām uzņēmums saskaras pēc tam, kad ir noteikts mērķis. Ir būtiski izveidot kodeksu, kurā izklāstītas atbilstošas uzvedības gaidas un noteikumi, piedāvātas metodes, kā meklēt palīdzību, un piedāvāti veidi, kā ziņot par problēmām vai aizdomām par pārkāpumiem, lai izpildītu organizācijas riska pārvaldības kritērijus.

5.a. Rīcības kodeksa izstrādes soļi

Izstrādājot CoC savam uzņēmumam, varat veikt tālāk aprakstītās darbības:

1. Izvēlieties, kas piedalīsies jūsu uzņēmuma kopīgā projekta izstrādē.

Viens no pirmajiem soļiem ir izvēlēties, kas tiks iesaistīts sadarbības koordinācijas centra izstrādes procesā. CoC izstrādē bieži iesaistās vadība, ilgtermiņa darbinieki un ieinteresētās personas. Kad augstāka vadība izstrādā CoC, bieži vien konsultējas ar uzticamu darbinieku komandu un visām ieinteresētajām personām, kuras CoC varētu ietekmēt.

2. Padomājiet par iepriekšējiem ētikas jautājumiem.

Pirms izstrādājat kopsakarību projektu, padomājiet par visām ētikas problēmām, ar kurām jūsu uzņēmums jau ir saskāries, un iekļaujiet dokumentā to novēršanas stratēģijas. Jūs varat arī apsvērt ētiskās problēmas, ar kurām ir saskārušās salīdzināmas organizācijas, un risināt tās kā metodi, lai novērstu to atkārtoto jūsu organizācijā.

3. Izveidojiet konspektu.

Izvēlieties elementus, kas tiks iekļauti jūsu kopīgajā dokumentā, piemēram, bet ne tikai:

- Ģērbšanās kodekss
- Interešu konflikti
- Aktīvu drošība

- Organizācijas politika
- Organizācijas kultūra
- Apmeklējuma prognozes
- Diskriminācija, tostarp vispārēja un seksuāla uzmākšanās.
- Mobilā tālruņa un tehnoloģiju lietošana darba laikā
- Vielu lietošana
- Iespējamās sekas par pārkāpumiem
- Konfidencialitātes politika
- Krāpšanas politika
- Vienlīdzīgas iespējas

Daži piemēri, kas attiecas uz kopējām darba vietas politikām, ir, piemēram, uzmākšanās novēršana, finanšu integritāte un atbilstība (ziņošana, komandējumi, algas, iepirkumi), datu aizsardzība, saziņa (uzvedība sociālajos plašsaziņas līdzekļos un e-pastos), klientu un darījumu partneru sadarbība, interešu konflikti, intelektuālais īpašums u. c. Tā vietā, lai koncentrētos uz trūkumiem, ir ļoti svarīgi izmantot pozitīvu valodu un uzsvērt šīs priekšrocības. Pēc tam, kad esat izlēmuši, kuras sastāvdaļas iekļaut, definējiet katru daļu, izmantojot informāciju, kas, jūsuprāt, ir vispiemērotākā jūsu organizācijai.

4. Saziņa ar ieinteresētajām personām par projektu.

Dodiet ieinteresētajām personām iespēju novērtēt un apspriest kopsakarību saturu pēc tam, kad esat to izstrādājis.

5. Izveidojiet galīgo versiju.

Pēc tam, kad visām iesaistītajām pusēm ir bijusi iespēja sniegt savu ieguldījumu, galīgo projektu var sagatavot pārskatīšanai un publicēšanai.

5.b. Rīcības kodeksa veidne

Zemāk ir sniegta veidne, ko var izmantot, veidojot kopīgo sadarbības dokumentu:

Satura tabula	Daudzos rīcības kodeksos aplūkotās tēmas ir uzskaitītas satura lapā kopā ar lappušu numuriem, kur katra tēma ir atrodama.
Uzņēmums politika un CoC mērķis	Šeit ir īsi aprakstīti CoC nolūki un uzņēmuma politika par to, kas tiek sagaidīts no darbiniekiem saistībā ar CoC.

Gērbšanās kodekss	Šajā sadaļā skaidri norādiet, kas tiek sagaidīts no darbiniekiem attiecībā uz apģērbu un kopšanu.
Tehnoloģija izmantot un drošība darbavietā	Šajā jomā var iekļaut politikas, kas attiecas uz kiberdrošību, e-pasta lietošanu darbavietā, interneta lietošanu, mobilo tālrunu lietošanu un citiem jautājumiem.
Attiecības starp darbiniekiem	Šajā iedaļā izklāstītās gaidas attiecībā uz attiecībām starp kolēģiem, tostarp brālību un romantiskām attiecībām. Turklāt tajā var norādīt, vai ir vai nav atļauts satikties ar vadītājiem.
Sagaidījumi uz vedībai darbavietā un uzņēmējdarbības kultūrai	Šajā sadaļā ir izklāstītas visas prasības attiecībā uz piemērotu uzvedību darbā un vēlamo darba kultūru. Tas varētu attiekties uz ierašanos laikā, ierašanos uz darbu, iesaistīšanos attiecībās darba vietā un citām darbībām, kas tieši ietekmē uzņēmuma kultūru.
Uzmākšanās un diskriminācija	Šajā jomā ir skaidri jānorāda, kas nav atļauts darba vietā attiecībā uz uzmākšanos un diskrimināciju, tostarp seksuāli izteikti vai diskriminējoši jokiem, darbības un komentāri.
Disciplīnas pasākumi	Šajā sadaļā jāiekļauj disciplinārie pasākumi, ko jūsu uzņēmums ir gatavs piemērot, ja tiek pārkāpti CoC noteikumi.

5.c. Labākās prakses kontrolsaraksts

Veidojot rūpīgu, ērti lietojamu MK, ko pieņems darbinieki un ieinteresētās personas un kas palīdzēs uzņēmumam sasniegt īstermiņa un ilgtermiņa uzvedības mērķus, var izmantot šādu kontrolsarakstu:

- Vai kodeksā lietotā valoda ir skaidra un saprotama darbiniekiem visos organizācijas līmeņos?
- Vai kodeksa prasības atbilst organizācijas vispārējiem mērķiem?
ētiska programma?
- Vai kodeksa izstrādes procesa gaitā ir notikušas konsultācijas ar augstāko vadību un vai tās ir notikušas saskaņā ar to?
- Vai kodekss efektīvi risina visus jautājumus, kas ietekmē organizāciju,
jo īpaši tie, kas rada vislielāko risku?

- Vai informācijas vākšanas procesā ir apkopotas ieinteresēto personu un personāla atsauksmes?
- Vai kodeksa projektam ir izmantota rūpīga pārskatīšanas un redigēšanas procedūra, lai pārliecinātos, ka tas efektīvi risina konkrētās organizācijas vajadzības?
- Vai kodeksā ir lēmumu pieņemšanas shēma vai cits salīdzināms mehānisms, kas palīdzētu darbiniekiem, kad viņi nonāk ētikas dilemmā?
- Vai kodeksā ir sniegti atbilstoši piemēri, gadījumu izpēte vai faktiskas situācijas, kurās darbinieki locekļi varētu saskarties ikdienā?
- Vai ir ziņošanas karstā līnija vai tīmekļa vietne, kur cilvēki var vērsties, lai saņemtu plašāku palīdzību vai informāciju, kas ir pieejama saskaņā ar kodeksu?
- Vai juridiskais konsultants ir novērtējis kodeksu?
- Vai kodekss ir saņēmis direktoru padomes apstiprinājumu?
- Vai ir izvēlēta veiksmīga stratēģija, lai atklātu kodeksu visiem organizācijas locekļiem un ieinteresētajām personām?
- Vai tiek piemērotas pareizas apmācības metodes gan koda ieviešanas posmā, gan projekta īstenošanas posmā un pastāvīgi?
- Vai kodekss ir viegli pieejams katram darbiniekam un ieinteresētajai pusei?
- Vai ir iecelta persona, kas ir atbildīga par kodeksa izpildes nodrošināšanu un biežu tā pārskatīšanu, lai veiktu iespējamās izmaiņas?

6. Rīcības kodeksa piemērošana

Uzņēmuma kodeksa izstrāde un sastādīšana ir ļoti svarīgs solis, tomēr, lai nodrošinātu kodeksa efektivitāti, ir jāveic vēl vairāki pasākumi. Nepieciešamajām pusēm ir oficiāli jāpieņem kodekss, kas parasti nozīmē, ka tas jāiesniedz apstiprināšanai organizācijas valdei. Pieņemšana apstiprina kodeksa spēkā esamību un apliecina uzņēmuma patiesu apņemšanos veicināt morāles kultūru. Mazākos uzņēmumos par galīgā kodeksa apstiprināšanu vai pieņemšanu ir atbildīgi īpašnieki

vai augstākā vadība.



Lai CoC tiktu īstenots, tam ir jābūt plaši pieņemtam, līdzīgi kā jebkuram citam uzņēmuma projektam. Vadība ir atbildīga par kodeksa prezentāciju un izglītojošu rīku nodrošināšanu, kas nepieciešami tā pareizai ieviešanai, jo apņemšanās ievērot ētisku uzvedību rodas uzņēmuma augšgalā un izplatās pa dažādiem uzņēmuma līmeņiem. Ideālā gadījumā uzņēmuma izpilddirektoram vai citam augstākā līmeņa vadītājam būtu jāiepazīstina ar kodeksu kopsapulcē vai citā pasākumā. Kodekss būtu jādara pieejams arī drukātā veidā katram uzņēmuma darbiniekam, un tā kopijai vajadzētu būt standarta sastāvdaļai ievada materiālos, ko izsniedz jauniem darbiniekiem. Biļetena raksti, e-pasta vēstules visiem darbiniekiem un ieinteresētajām personām, kā arī stratēģiski izvietotu plakātu izmantošana visā uzņēmuma teritorijā ir papildu efektīvi izglītojoši materiāli, kas atbalsta kodeksa ieviešanu.

Lai darbinieki izprastu kodeksu un to, kā tas regulāri jāizmanto, ļoti svarīga ir arī apmācība par kodeksu. Apmācību laikā darba devējiem var sniegt hipotētiskus apstākļus un ētiskus strīdus, kā arī norādījumus, kā tos risināt, izmantojot kodeksā iekļauto valodu. Efektīvs mācību līdzeklis ir atbilstošu gadījumu izpēte. Nodrošinot darbiniekiem vieglu tiešsaistes piekļuvi kodeksa mācību resursiem, e-mācību kursi var būt ļoti noderīga izglītības procesa daļa. Lai apstiprinātu, ka katrs darbinieks ir sasniedzis pietiekamu zināšanu un izpratnes līmeni par kodeksu un tā ieviešanu darbavietā, apmācībā jāiekļauj arī sertifikācijas procedūra.

Kodekss ir tā papīra vērts, uz kura tas ir uzdrukāts, tikai tad, ja ir izveidota sistēma, kas ļauj to sekmīgi īstenot. Kodeksa izpilde bieži ir uzņēmumu ētikas/atbilstības amatpersonas kompetencē. Šī persona ir atbildīga par to, lai tiktu izveidotas, pārraudzītas un īstenotas procedūras, kas paredz ziņošanu par iespējamiem kodeksa pārkāpumiem, to izskatīšanu un nepieciešamo disciplināro pasākumu veikšanu. Ētikas/atbilstības amatpersona var būt daļa no vadītāju komandas vai uzņēmuma pārstāvis cilvēkresursu jautājumos mazos uzņēmumos. Būtiska kodeksa ievērošanas nodrošināšanas sastāvdaļa ir anonīmas uzticības tālruņa līnijas izveide, lai palīdzētu ziņošanas procesā par pārkāpumiem. Lai aizsargātu ziņotājus, ir jāievieš rūpīga politika, kas nepieļauj represijas.

Ētikas/atbilstības amatpersona ir atbildīga arī par regulāru kodeksa pārbaudi, lai noteiktu, vai ir nepieciešamas izmaiņas vai papildinājumi. Līdzīgi kā kodeksa apmācības gadījumā, ideālā gadījumā kodeksa novērtēšana būtu jāveic katru gadu vai ikreiz, kad notiek būtiskas darbības vai organizatoriskas izmaiņas. Amatpersonas var arī lūgt darbiniekus, vadītājus un ieinteresētās personas sniegt komentārus, lai novērtētu uzņēmuma "ētisko temperatūru" saistībā ar kodeksu.

CoC jāpārskata vai jāatjaunina, ja:

- Ārējās darbības vides izmaiņas, piemēram, likumu pieņemšana, kas ietekmē uzņēmumu.
- Laiks, kad tiek izmantoti ārpalpojumi vai kad notiek liela personāla maiņa.
- Paplašināšanās vai pārvietošanas posmi.



- neparedzētas krīzes vai cita notikuma rašanās, ko pašreizējais kodekss pietiekami nerisina.
- Atzīšana, ka darbiniekiem ir grūtības saprast vai izmantot pašreizējo kodeksu.

Darbiniekam ar autismu ir ļoti izdevīgi, ja pastāv un tiek piemērots kopsakarības kodekss. Daudziem cilvēkiem ar autismu ir grūtības izprast neizteiktas sociālās normas. Viņi varētu nezināt neizteiktās konvencijas, piemēram, kad ir pieļaujami regulāri pārtraukumi, vai arī viņi varētu nezināt, kādus tematus ir pareizi apspriest darba laikā. Izmantojot MK, viņi vispirms varēs uzzināt uzņēmuma noteikumus un normas skaidrā un, pats galvenais, rakstiskā veidā. Turklāt autisti strādā labāk, ja viņiem ir skaidri norādījumi par to, kas ir un kas nav pieņemams. Šā iemesla dēļ ir svarīgi skaidri un burtiskā valodā ietvert, kā uzņēmuma darbiniekiem jāuzvedas. Arī nepatīkama incidenta gadījumā viņi varēs iepazīties ar kodeksu, uz ko vērsties, kādas būs sekas utt.

7. Organizatoriskā uzvedība

Studijas par cilvēku uzvedību organizācijās, īpaši pievēršoties indivīdiem, komandām, starppersonu mijiedarbībai un organizatoriskajām struktūrām, ir pazīstamas kā organizatoriskā uzvedība. Tā ir starpdisciplināra zināšanu joma, kas saistīta ar tādām sociālajām zinātnēm kā ekonomika un politoloģija, kā arī ar tādām uzvedības zinātnēm kā psiholoģija, socioloģija un antropoloģija. Izpratne par organizatorisko uzvedību palīdzēs attīstīt arī veiksmīgai darbībai nepieciešamās spējas. Vadība, kultūra, struktūra un komunikācija ir svarīgi faktori, tomēr var būt grūti definēt organizatorisko uzvedību vai tās darbību.

Konkrētāk, organizatoriskās uzvedības galvenais mērķis ir izprast, kā cilvēki mijiedarbojas uzņēmumā, noteikt, kas viņus motivē, un ietekmēt, lai uzlabotu darbības rezultātus un sasniegtu organizācijas mērķus. Organizatoriskās uzvedības pētījumi var būt noderīgi vadītājiem, jo tie koncentrējas uz stratēģijām, kā palielināt apmierinātību ar darbu, produktivitāti un darba kavējumu skaitu. Organizatoriskās uzvedības mērķis ir dot vadītājiem iespēju ieņemt ētiskas vadības pozīcijas. Izmantojot organizatorisko uzvedību, var noteikt labākas uzvedības prognozes.

7.a. Kāpēc organizatoriskā uzvedība ir būtiska?

1. Organizatoriskā uzvedība palīdz motivēt darbiniekus.

Organizatoriskajai uzvedībai ir būtiska nozīme, jo tās izpratne ļauj vadītājiem motivēt darbiniekus, kas savukārt uzlabo organizācijas darbību un palielina apmierinātību ar darbu. Mēs nevaram nenovērtēt darbinieku uzvedības nozīmi uzņēmumā, jo tā palīdz pareizi sasniegt uzņēmuma mērķus.

2. Organizatoriskās uzvedības vadība.

Labāk izprast cilvēkus un organizācijas palīdz organizatoriskās uzvedības izpēti. Pareizu darba vidi organizācijā rada laba organizatoriskā uzvedība, kas veicina patīkamas saiknes veidošanos starp organizāciju un tās darbiniekiem. Organizatoriskās uzvedības priekšmetu apguve palīdz noteikt uzvedības cēloņus un palīdz piemērot dažādas vadības metodes problemātiskai uzvedībai, kas apdraud uzņēmumu.

3. Organizatoriskā uzvedība var palīdzēt uzlabot darba attiecības vai darba ņēmēju attiecības.

Darba/rūpniecības attiecības var uzlabot, pētot organizatorisko uzvedību. Organizatoriskās uzvedības vadība palīdz noteikt problēmas cēloņus, prognozēt tās turpmāko trajektoriju un ierobežot tās negatīvās sekas. Vadītāji var uzturēt sirsnīgas attiecības ar saviem darbiniekiem, jo viņi apzinās savas rīcības priekšrocības un trūkumus, kas veicina mieru un saskaņu darba vietā.

4. Lai veiksmīgi izmantotu cilvēkresursus, var izmantot organizatorisko uzvedību.

Efektīvi izmantot cilvēkresursus palīdz organizatoriskās uzvedības izpēti. Efektīva cilvēku uzvedības un organizācijas vadība ir atkarīga no tā, vai vadītājiem ir zināšanas par organizācijas uzvedību un tās būtību. Vadītājs spēj novērtēt un izprast savu darbinieku raksturu un uzvedību, viņi ir arī iedvesmoti un motivēti strādāt cītīgāk un sasniegt labākus rezultātus. Ir vienkārši novērtēt darbinieka uzvedību uzņēmumā, kad viņš ir saņēmis savu darba aprakstu.

5. Cilvēku uzvedību var paredzēt un pārvaldīt ar organizatoriskās uzvedības palīdzību.

Organizatoriskās uzvedības pētījumi palīdz izprast un atbalsta cilvēku uzvedības regulēšanu. Tas ir viens no nozīmīgākajiem organizatoriskās uzvedības izpēti iemesliem. Organizatoriskā uzvedība veicina apņemšanos un d a r b a sniegumu. Cilvēka lēmumu pieņemšanas procesi un organizatoriskā uzvedība ir zināmā mērā savstarpēji saistīti.

Organizācijas efektivitāti veicina visu organizatoriskās uzvedības teoriju padziļināta izpratne.

7.b. Organizatoriskās uzvedības modificēšanas process

Uzvedības modifikācija ir process, kurā, metodiski kontrolējot uzvedības signālus un sekas, tiek panākts, ka noteikta uzvedība parādās biežāk vai retāk. Organizācijas uzvedības modifikācija ir metode, kā mainīt organizācijas locekļu uzvedību tā, lai viņi piedalītos vēlamās un nevēlamās uzvedībās un nomainītu tās pret pozitīvākām. Turpmāk ir izklāstīti organizatoriskās uzvedības maiņas soļi:

1. Kritiskas uzvedības atpazīšana

Pirmais solis, lai mainītu organizācijas uzvedību, ir atrast uzvedību, kas saistīta ar darba rezultātiem. Ir svarīgi noteikt, vai rīcība ir vēlama no organizācijas viedokļa. Pēc tam jāņem vērā kritiski svarīgas uzvedības pazīmes, jo tām ir būtiska ietekme uz to, cik labi darbinieki strādā. Kritiskās uzvedības pazīmes var noteikt, sarunājoties ar konkrēto darbinieku un viņa tiešo vadītāju, kuri abi labi pārzina darba paradumus.

2. Uzvedības analīze

Pēc tam, kad ir identificēta būtiskākā darbinieku uzvedība, vadītājam ir jāmēra, cik bieži šī uzvedība laika gaitā tiek pamanīta. To var izdarīt, gan analizējot ierakstus, gan veicot novērošanu. Ar uzvedības mērījumu palīdzību vadītājs varēs spriest, vai darbinieku uzvedība ir vai nav veiksmīgi mainījusies.

3. Uzvedības rezultātu identificēšana un analīze

Pēc tam vadītājiem būs jāveic funkcionālā analīze. Šīs analīzes mērķis ir noteikt, kādas situācijas izraisa konkrētu uzvedību, kādas ir šādas uzvedības sekas utt. Būtiski ir zināt uzvedības sekas, jo šīs sekas ietekmē turpmāko rīcību. Tā kā šķiet, ka daži iespējamie rezultāti ietekmē izšķirošo uzvedību tikai īsu brīdi, funkcionālajā analīzē jāmēģina izskaidrot arī konkurējošās iespējamības, kas ietekmē katru uzvedību.

4. Izveidot un īstenot intervences pieejas

Pirmais solis veiksmīgas intervences pieejas izveidē ir identificēt būtiskas uzvedības izpausmes un to cēloņus. Šobrīd ir pieejamas vairākas metodes. Šīs metodes ietver izzušanu, negatīvu pastiprināšanu un sodīšanu. Pēc tam, kad stratēģija ir izstrādāta un ieviesta

praksē tiek novērtēts šādas uzvedības biežums. Kad uzvedība ir mainījusies pareizā virzienā, vadība izvēlas pastiprināšanas plānu, lai uzturētu vēlamo uzvedību.

5. Veiktspējas novērtējums

Pēdējais organizatoriskās uzvedības modificēšanas posms ir novērtēt, cik labi darbojas intervences taktika. Uzvedības modifikācijas mērķis ir paaugstināt darba efektivitāti, modificējot negatīvo uzvedību. Novērtēšana parādīs, vai ar labu uzvedību ir izdevies izspiest nevēlamo uzvedību. Vai ir notikusi uzvedības maiņa, neatkarīgi no tā, vai tā ir pastāvīga vai īslaicīga. Novērtējums arī parādīs, vai sniegums ir uzlabojies vai nav uzlabojies.

8. Kopsavilkums

Šī moduļa mērķis ir iepazīstināt MVU vadītājus ar KM koncepciju, tostarp organizatorisko kultūru un organizatorisko uzvedību. Konkrētāk, šajā modulī vispirms tiek definēts termins "organizatoriskā kultūra", izskaidrota tās nozīme un tas, kā tā rada pievienoto vērtību uzņēmumam. Turklāt tiek definēti KoK principi, kā arī tās priekšrocības un trūkumi. KoK saturs un izstrāde tiek aprakstīta vispārīgā sistēmā, jo precīzs KoK saturs ir jāsaskaņo ar uzņēmuma kultūru un vajadzībām. Tiek sniegts pakāpenisks skaidrojums par CoC izstrādi un vispārējs paraugs, kam seko veidi, kā nodrošināt kodeksa efektivitāti. Visbeidzot, tiek aprakstīta organizatoriskās uzvedības nozīme un praktiskie aspekti.

Katrs uzņēmums ir unikāls. Tam ir sava kultūra, idejas un vērtības. Katrs darbinieks ir unikāls; viņi nāk no dažādām profesijām un organizācijām, un katram no viņiem ir savs unikāls uzvedības veids. KP palīdz uzturēt vienotību starp visiem organizācijas locekļiem. Neatkarīgi no atšķirībām visiem uzņēmuma darbiniekiem ir jāievēro tajā ietvertie noteikumi. Tas palielina lojalitāti uzņēmumam, jo darba vieta, kurā nav starppersonu konfliktu, ir produktīvāka un veselīgāka.

9. Atsauces

1. Autism Spectrum Australia (2018). Rīcības kodekss. Pieejams: <https://www.autismspectrum.org.au/uploads/documents/Policies/Code-of-Conduct-Booklet.pdf> [skatīts 19/09/2022].
2. Bam, S. (2016). Organizācijas uzvedība - OB definīcija un nozīme. Available from: <https://www.managementnote.com/importance-of-organizational-behavior/> [accessed 30/09/2022].

3. Blattner, J. un Walter, T.J., 2015. Ļoti iesaistītas uzņēmuma kultūras veidošana un uzturēšana vairāku paaudžu darbavietā. *Strategic HR Review*.
4. Bramwell Partners (2020). Jūsu uzņēmumam specifiska rīcības kodeksa nozīme. Pieejams: <https://www.bramwellpartners.com.au/importance-of-code-of-conduct/> [skatīts 19/09/2022].
5. Brown, K.R. un Coomes, M.D., 2016. Atbalsta spektrs: Atbalsts studentiem ar autisma spektra traucējumiem (ASD) kopienas koledžās. *Community College Journal of Research and Practice*, 40(6), 465-479 lpp.
6. Buchanan, D.A. un Huczynski, A.A., 2019. *Organizatoriskā uzvedība*. Pearson UK.
7. Cancialosi, C. (2017). Kas ir organizācijas kultūra? Available from: <https://gothamculture.com/what-is-organizational-culture-definition/> [accessed 29/09/2022].
8. CARD (2021). UZTURĪBAS KODEKSS. Pieejams: <https://www.centerforautism.com/wp-content/uploads/2021/01/CODE-of-CONDUCT-Rev.-1.8.2021.pdf> [skatīts 29/09/2022].
9. Cox, D.J., 2012. No starpdisciplināras uz integrētu aprūpi bērnam ar autismu: Ētikas kodeksa būtiskā loma. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 42(12), 2729-2738. lpp.
10. Curtis, M.B. un Williams, J.M., 2014. Kultūras un apmācības ietekme uz rīcības kodeksa efektivitāti: Ziņošana par novērotu neētisku rīcību. In *Pētījumi par profesionālo atbildību un ētiku grāmatvedībā*. Emerald Group Publishing Limited.
11. Erwin, P.M., 2011. Uzņēmumu rīcības kodeksi: The effects of code content and quality on ethical performance. *Journal of Business Ethics*, 99(4), 535-548. lpp.
12. Fink, A., 2015. *Kā veikt aptaujas: Soli pa solim*. Sage Publications.
13. Muratovic, H., 2013. Uzņēmuma konkurētspējas priekšrocību veidošana, pamatojoties uz organizācijas kultūras maiņu. *Ekonomikas apskats: Journal of Economics and Business*, 11(1), pp.61-76.
14. Peterson, K. (2016). Izstrādāt un ieviest efektīvu rīcības kodeksu. Available from: <https://www.complianceandethics.org/develop-implement-effective-code-conduct/> [accessed 29/09/2022].
15. Popescu, A.I., 2016. Īsumā: Par un pret korporatīvās ētikas kodeksiem. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, (09), pp.125-130.
16. Schmidt, B.J., MacWilliams, B.R. un Neal-Boylan, L., 2017. Kļūstot iekļaujošiem: A Code of conduct for inclusion and diversity. *Journal of Professional Nursing*, 33(2), 102-107. lpp.

17. SHRM. Organizācijas kultūras izpratne un attīstība. Pieejams:
<https://www.shrm.org/resourcesandtools/tools-and-samples/toolkits/pages/understandinganddevelopingorganizationalculture.aspx> [skatīts 29/09/2022].
18. The National Autistic Society (2011). Cilvēku ar autismu nodarbināšana: īss ceļvedis darba devējiem. Available from:
<https://www.equalityni.org/ECNI/media/ECNI/Publications/Delivering%20Equality/Employingpeoplewithautism.pdf> [accessed 30/09/2022].
19. Uhl-Bien, M., Piccolo, R.F. un Schermerhorn Jr, J.R., 2020. *Organizatoriskā uzvedība*. John Wiley & Sons.
20. Wales TUC Cymru (2019). Autisma izpratne darbavietā. Available from:
<https://www.tuc.org.uk/autism-awareness-workplace> [accessed 29/09/2022].
21. Wong, K. (2020). Organizācijas kultūra: K. K.: kultūras kultūra: definīcija, nozīme un attīstība. Available from: <https://www.achievers.com/blog/organizational-culture-definition/> [accessed 29/09/2022].
22. WorkSafe (2022). Rīcības kodekss. Available from:
<https://www.worksafe.qld.gov.au/about/publication-scheme/our-policies/workcover-queensland-policies/code-of-conduct> [accessed 29/09/2022].

