

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Fuller R.C. Some Aspects of Theory of Social Problems: American Sociological Review // R. C. Fuller, R.R. Myers. 1941. Pp. 24-32.
2. Блумер Г. Социальная проблема как коллективное поведение // Социальные проблемы: конструкционистское прочтение / Сост. И. Г. Ясавеев. – Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. – С. 11-25.
3. Ленкова К.С. Социальная сеть как инструмент продвижения некоммерческих проектов // Бизнес. Общество. Власть. 2013. № 14. С. 5-15.
4. Лысова А.В. Насилие в семье и межличностных отношениях в России: обзор основных исследований // Криминология: вчера, сегодня, завтра. 2008. №. 2 (15). С. 169-177.
5. Осипян Н.Б. Женское насилие в отношении мужчин: анализ зарубежных и отечественных исследований // Северо-Кавказский психологический вестник. 2012. № 10(4). С. 42-46.

И. А. КУЗНЕЦОВ, В. Н. АРХАНГЕЛЬСКИЙ

Екатеринбург, УрФУ

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕННОСТЯМИ В СТРУКТУРЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ЭТИКИ: ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС

Аннотация. В статье рассматриваются модели управления ценностями. Особое внимание уделено этическому кодексу и специфике его содержания и применения в существующих моделях управления ценностями.

Ключевые слова: управление ценностями, комплаенс, интегрити, этический кодекс.

I. KUZNETSOV, V. ARHANGELSKII

MANAGING VALUES IN THE ORGANIZATIONAL ETHICS STRUCTURE: CODE OF ETHICS

Abstract. The article looks at value management models. Particular attention is paid to the code of ethics and the specifics of its content and application in existing value management models.

Keywords: Value management, Compliance, Integrity, Code of Ethics.

На сегодняшний день определяющим фактором успешности любой организации, предоставляющей товары или услуги, является достаточный уровень развития этической инфраструктуры. В состав этической инфраструктуры обычно входит комплекс документов, содержащих описание базовых для компании ценностей и этических принципов, определяющих стиль отношений между сотрудниками и с клиентами, а также набор институционализированных элементов или организационных структур, отвечающих за грамотную интеграцию ценностей в деятельность компании посредством этического кодекса, их поддержание и этический аудит. Все большее количество организаций сегодня пытаются активно внедрять моральные регуляторы, позволяющие не только гуманизировать экономику, но и делать ее более эффективной. Данное обстоятельство связано с двумя факторами.

Во-первых, рынок товаров и услуг на сегодняшний день очень обширен, многогранен, но, вместе с тем, достаточно плотный, если мы говорим об организациях, предоставляющих выбор смежных товаров или услуг. Иными словами, в современных реалиях очень велика конкуренция между фирмами, предлагающих один и тот же спектр товаров или услуг. Это влечет за собой необходимость привлечения новых клиентов и удержания старых. Чтобы сделать это, компаниям приходится вкладываться в качество своих товаров или услуг, но вместе с тем, организации так же должны формировать свой «имидж», укреплять репутацию и поступать честно с клиентами, партнерами по бизнесу.

Во-вторых – это «внутренняя кухня» организации и ее работа. От того, насколько хорошо и слажено работает коллектив, зависит вся деятельность компании. Мотивация сотрудников к достойной и качественной работе так же ложится на плечи грамотно выстроенной системы этики. При этом, высокий уровень ценностного развития коллектива будет успешно транслировать ценности компании на рынок и общество в целом, связывая второй и первый пункты воедино.

Корпоративные ценности непосредственным образом связаны с организационной или корпоративной культурой компании. Авторы и эксперты объединяют корпоративную и организационную культуры в один термин. Организационная/корпоративная культура – это система общественно-прогрессивных формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения персонала данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества и совместимости организации между собой и с организацией, перспектив развития (Э.А. Смирнов) [4].

Международная практика деловой этики рассматривает этический кодекс как первоначальный этап создания программы деловой этики. Этический кодекс как бы предваряет программу этики организации, очерчивает ее основные черты и положения. Программа деловой этики – это инструмент, который используют собственники и менеджеры, чтобы воодушевлять, стимулировать и поддерживать ответственное деловое поведение заинтересованных сторон предприятия с целью развития и удовлетворения их обоснованных ожиданий и для создания систем и структур управления предприятием [1].

Существует два типа кодексов, направленных на этическое регулирование деятельности сотрудников как по отношению друг к другу, так и по отношению к клиенту и пр. Такими кодексами являются: *корпоративный этический кодекс*, *профессиональный этический кодекс* [2].

Корпоративный этический кодекс можно рассматривать как:

- форму коллективного договора;
- добровольное принятие обязательств, обеспечивающих достижение доверия, согласия, успеха;
- инструмент прояснения стратегии и ценностей организации;
- механизм внедрения хорошего (надлежащего) управления и стандартов деловой этики [2].

Основной целью корпоративных этических кодексов является выработка норм и правил, которых должны придерживаться работники компании. Все эти нормы и правила отражают уровень корпоративной культуры, которая представляет собой систему коллективных и личных ценностей, принимаемых и разделяемых всеми членами организации.

Корпоративные этические кодексы включают принципы поведения, которым должны следовать сотрудники конкретных организаций. Принято выделять три основные функции, которые может выполнять этический кодекс:

- управленческая. Регламентирует поведение сотрудников компании в сложных этических ситуациях, служит инструментом принятия решений;
- имиджевая. Формирование доверия к организации и т.п.;
- функция развития корпоративной культуры. Кодекс, способствует созданию единого корпоративного духа в компании, транслирует ценности организации всем сотрудникам, способствуя тем самым повышению общего уровня этики в компании [2].

Обычно, корпоративные этические кодексы включают две части: идеологическую, в которой освещаются такие вопросы, как миссия, цели, задачи компании и нормативную, в которой описываются стандарты поведения сотрудников компании, ее основные нормы и принципы. Однако идеологическая

часть может не включаться в содержание кодекса. В профессионально однородных организациях, таких, как, например, консалтинговые компании или банки, часто используются кодексы, описывающие в первую очередь профессиональные дилеммы.

Подобные кодексы возникли на основе кодексов профессиональных обществ и их содержание, в первую очередь, регламентирует поведение сотрудников в сложных профессиональных этических ситуациях. Если говорить о банковской деятельности, то это могут быть вопросы конфиденциальности информации о клиенте или сведения об устойчивости своего банка. Такие кодексы, как правило, описывают правила обращения с подобной информацией, запрещают использовать имеющиеся сведения в целях личного обогащения и т. п. В первую очередь, эти кодексы выполняют управленческую функцию и служат хорошим инструментом принятия решений. Если включить в такой кодекс информацию о миссии и ценностях компании, это будет способствовать развитию корпоративной культуры.

Если мы говорим о детальном прописывании всех требований, предписаний, разбора дилемм и прочего то, очевидно, это приведет к большим объемам текста кодекса. Также, сложное содержание кодекса может создать проблему в его восприятии. Потому, некоторые компании осуществляют попытку разделить корпоративный этический кодекс на два варианта: декларативный и развернутый.

Декларативный этический кодекс включает в себя все то, что связано с миссией, целями и, соответственно, ценностями компании. Исходя из его сути, следует сказать, что такие этические кодексы намечают курс движения компании, предоставляют сотрудникам представление о том, какова философия компании, каковы ее цели и ценности. В этом контексте, такой кодекс малоприменим для конкретных проблемных ситуаций, скорее служит общему развитию корпоративной культуры, сплоченности коллектива вокруг единой идеи.

Развернутый этический кодекс включает в себя конкретные инструкции, помогающие решать типичные возникающие проблемы. По существу, он является расширением декларативного кодекса, так как в своей основе опирается на миссию, цели и ценности компании. Такие кодексы применяются как инструмент управления, позволяющие осуществлять соответствующие управленческие функции, однако это также и инструмент совершенствования корпоративной культуры и имиджевой составляющей компании.

Принципы, на которых строятся любые современные корпоративные этические кодексы – принцип Compliance, к нему тяготеют американские компании,

и принцип Integrity (честности, добросовестности) – ему отдают предпочтение европейские корпорации [3].

Отличие двух подходов заключается в том, что compliance направлен на построение этического кодекса как части системы или программы этики, основными характеристиками которой являются контроль, аудит и система поощрения и наказания. В то же время Integrity направлен на понимание сотрудниками ценностей компании, ее миссии и целей, на развитие личной ответственности и приверженности по отношению к ценностям компании.

Профессиональный этический кодекс регулирует отношения внутри профессионального сообщества и эффективен для «независимых специальностей», где более выражены профессиональные этические проблемы. Одним из первых профессиональных этических кодексов стала клятва Гиппократа – кодекс медицинских работников.

Более известны этические кодексы тех специальностей, где важные этические проблемы задаются содержанием деятельности. Например, юристы, психотерапевты, корреспонденты, риелторы и т. п. В таком этическом кодексе задаются высочайшие стандарты специальности, оговариваются основные правила этики поведения и указываются нравственные ориентиры, коим обязан следовать профессионал.

Кодексы регламентируют поведение специалиста в сложных этических ситуациях, характерных для данной специальности, повышают статус профессионального сообщества в социуме, формируют доверие к представителям данной специальности. Кроме того, кодекс увеличивает значимость принадлежности к специальности, его принятие может выступать своеобразным обрядом инициации, актом «обращения в профессию».

Кодекс профессиональной этики является хорошо структурированным актом. В нем содержатся запрещающие нормы, предписания процедурного характера. Наличие кодексов профессиональной этики свидетельствуют о нравственной зрелости общества. Кодекс профессиональной этики является важнейшим нормативным актом, регламентирующим профессиональную деятельность наравне с действующим законодательством. Его знание и соблюдение – это не только условие профессионального успеха и быстрого карьерного роста для каждого специалиста, но и настойчивое требование общества ко всем представителям социально-значимых профессий.

Внедрение системы этики на предприятии может происходить с помощью разных подходов. Как указывалось ранее, первый подход – Compliance (компла-

енс), к нему тяготеют американские компании; второй подход – Integrity (интегри́ти – честность, добросовестность), ему отдают предпочтение европейские компании [3].

Трактовка термина «Compliance» довольно сложна, поскольку объединяет в себе сразу несколько смежных идей. Однако эксперты выделяют три трактовки термина [3]:

- *compliance* как программа компании, цель которой – определить, предотвратить и должным образом отреагировать на деяния представителей компании, нарушающих нормы действующего законодательства, а также принципы ведения бизнеса, закрепленные во внутренних документах компании;
- *compliance* как принцип «соответствия нормам и актам», его еще называют «добровольно-принудительным»;
- *compliance* как система мероприятий по приведению существующей в компании практики в соответствие с принятыми стандартами, законами, нормами, обязательными элементами которой являются система стимулов, контроль и аудит.

Программа Compliance помогает в случае выявления нарушений снизить штрафные санкции и негативную реакцию общества на нарушения. Для того, чтобы программа действительно работала эффективно в нее должны быть включены следующие элементы:

- кодекс этики;
- высококвалифицированные специалисты, ответственных за программу, и система делегирования полномочий;
- эффективные программы обучения;
- системы мониторинга, аудита, а также внедрения и дальнейшего совершенствования этических стандартов.

При этом этический кодекс является хоть и основной частью программы, но не определяющей. Если представить программу графически, то она представит в образе пирамиды, где этический кодекс находится на вершине, тогда как средняя часть будет соответствовать процедурам, политикам, инструкциям и другим внутренним документам. Основа конструкции будет представлена программой обучения и иных мероприятий, помогающих донести важность этического кодекса и иных документов этической системы, а также ознакомление с ними.

Особое внимание в данном подходе уделяется определению зон рисков или сфер деятельности компании, нарушение которых могут нанести существенный

ущерб по репутации компании и бизнесу в целом. Из этого следует, что приоритетными положениями программы Compliance являются:

- коррупция (программа предусматривает систему мер по противодействию коррупции в соответствии с законодательством и специальным нормам бизнеса);
- потенциальный конфликт интересов (учет этой зоны рисков особенно важен для компаний, имеющих сеть региональных филиалов);
- взаимоотношения с бизнес-партнерами;
- правила общения с прессой и аналитиками;
- правила хранения документов;
- работа с электронной почтой и прочее.

Программа этики на основе подхода Compliance обращает особое внимание на данные положения и требует их четкого описания в кодексе этики.

Сам же кодекс этики, согласно подходу Compliance, представляет собой расширенную вариацию, однако, если компания сочтет это целесообразным, она (компания) может разделить декларативную и нормативную часть кодекса. Приоритетной будет нормативная часть, так как именно в ней будут прописываться нормы, процедуры, политики, системы поощрения и наказания, система аудита и совершенствования кодекса.

Второй подход носит наименование Integrity и, по примеру с Compliance, имеет неоднозначную трактовку. Существование нескольких трактовок термина может приводить к разным его пониманиям. Так, Integrity может носить как объективную трактовку, так и субъективную. К объективной можно отнести трактовку, согласно которой данный термин означает свойство или качество объекта быть целостным, совершенным, неповрежденным [5]. К субъективной – как свойство или качество объекта соответствовать принципам порядочности, честности и добродетели [5].

Таким образом, подход Integrity заключается в том, что сотрудник как самостоятельная личность берет на себя ответственность поступать согласно принципам порядочности, честности и добродетели. Поступать доброжелательно и добросовестно. Однако – это субъективное дело сотрудника: брать на себя такое обязательство или нет, но положения или нормы корпоративной культуры компании в данном случае относятся к объективным, потому как выражают коллективное видение компании о своем месте в мире.

Получается, что данный подход является противоположностью compliance в том смысле, что предлагаемые компанией мировоззренческие идеалы, ценности и видение являются сугубо добровольными для сотрудника. Подход не пред-

ставляет собой систему контроля, стимулов и санкций, но опирается на понимание самими сотрудниками основополагающих ценностей компании, развитию их личной приверженности конкретным корпоративным ценностям и на процесс принятия решений, соответствующий ценностям компании. Результат – правильные действия сотрудников.

Исходя из вышесказанного, этический кодекс, согласно подходу Integrity, может представлять собой декларативную вариацию, где максимально широко и четко прописываются миссия, цели, корпоративные ценности компании, дается формулировка ценностей с предельно ясным объяснением того, что представляет собой та или иная ценность. При этом вместо четко прописанных норм и стандартов поведения, компания опирается на развитую корпоративную культуру, в которой через ретрансляцию ценностей, существуют неофициальные нормы поведения.

Как отмечают специалисты, большинство российских компаний, внедряющих программы деловой этики, комбинируют и используют элементы обоих рассмотренных подходов, принимая за основополагающий все-таки американский опыт [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Джонсон К., Абрамов И. Деловая этика. Руководство по управлению ответственным предприятием в развивающейся рыночной экономике. – Издатель: Управление международной торговли Министерства торговли США, 2005. – 395 с.
2. Кайтмазов В.А., Полатида К.О. Корпоративный этический кодекс // Экономика, управление, финансы: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). – Пермь: Зебра, 2015. – С. 183-186.
3. Красникова Е., Морозько В. Программа compliance в американских компаниях // Корпоративный юрист. 2008. №1. С. 42-44.
4. Определения организационной (корпоративной) культуры // HR- портал. URL: <https://hr-portal.ru/pages/okk/ook.php> (Дата обращения: 10.01.2020)
5. Фурта С., Соломатина Т. Это загадочное слово Integrity // Инициативы XXI века. 2013. №2. С. 10-15.