

2. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. Введение в феноменологическую философию. – СПб.: Владимир Даль, 2004. – С. 37-98. ISBN 5-93615-017-8
3. Мамардашвили М. К. Как я понимаю философию. – М.: Наука, 1991. – 412 с. ISBN 5-01-002570-1
4. Мотрошилова Н.В. «Картезианские медитации» Гуссерля и «Картезианские размышления» Мамардашвили (двуетный путь к трансцендентальному Ego) // Вопросы философии. – 1996. – № 6. – С. 137-145.
5. Husserl E. Cartesiansche Meditationen und Pariser Vorträge / Gesammelte Werke (Husserliana), Bd. I. – Den Haag: Martinus Nijhoff, 1950. – 244 S.
6. Husserl E. Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie. Eine Einleitung in die phänomenologische Philosophie / Gesammelte Werke (Husserliana), Bd. VI. – Den Haag: Martinus Nijhoff, 1954. – 550 S.

А. А. ТОБЫШЕВА

Екатеринбург, УрФУ

ЭТИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Аннотация. В статье рассмотрены современные этические практики российских и зарубежных компаний. Представлены данные о взаимосвязи внедрения этических технологий в структуру организации и повышения экономических показателей.

Ключевые слова: этика бизнеса, экономика, корпоративная этика, организационная этика, этические практики.

A. TOBYSHEVA

ETHICAL PRACTICES AS A FACTOR OF SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COMPANY

Abstract. Article shows modern ethical practices which Russian and foreign companies use. In article is presented data about relationships between the introduction of ethical technologies in organisation's structure and increasing in economic indicators.

Keywords: business ethic, corporate ethic, ethic of organization, economic, ethic practices.

Этика организаций как часть этики бизнеса изучает то, как путем институционализации ценностей в практических действиях установить функциональные взаимосвязи, оптимизировать организационные процессы и обеспечить эффективность деятельности компании. Необходимость целенаправленного внедрения деловой этики в компаниях становится очевидной по мере осознания того, что в рыночной системе конкуренции любая структура достигнет успеха в том случае, если она удовлетворяет потребности общества.

Современные компании применяют специальные меры, инспирирующие должное поведение в структуре. Такие меры направлены на трансформирование ценностных установок и механизмов взаимодействия субъектов на предприятии, стимулируя их действовать в соответствии с возрастающими ожиданиями общества, повышая социальную ответственность бизнеса. Компании при помощи методов менеджмента создают реальную возможность организовать соблюдение необходимых для данного сектора экономики и для данной конкретной компании ценностей.

Программа организационной этики представляет собой инструменты управления этикой, которые используют с целью стимулирования и поддержки ответственного поведения стейкхолдеров компании (заинтересованных сторон), для развития и удовлетворения их обоснованных ожиданий и для создания системы управления фирмой. В этом случае морально-нравственные нормы в бизнес-структуре переходят из состояния должного (прескриптивного) в состояние сущего (дескриптивного), осуществляется переход от этики «на словах» к этике «на деле», что позволяет сделать ценности реально функционирующими [4, 7, 9].

Применение этических компонентов в деятельности компании – это дополнительное конкурентное преимущество как на рынке предоставляемых товаров, работ или услуг, так и на рынке труда среди соискателей. Такие этические инструменты, введенные в структуру компании являются эффективными факторами влияния на поведение экономических субъектов. Введение этических норм в компании позволяет осуществлять долгосрочные инвестиционные проекты с участием многих стейкхолдеров, способствует более быстрому развитию экономики, НТР и росту благосостояния людей. Соблюдение этических норм и правил становится значимым условием эффективного бизнеса и является необходимым аспектом при формировании финансово-инвестиционной стратегии компании [3, 4]. Эксперты института Ethicsphere проводят ежегодное исследование, в результате которого составляется рейтинг самых этических компаний мира. Согласно данным исследования, компании, ставшие лауреатами этого списка, за пять лет добились роста акций на 10.72% [14].

Экономические интересы бизнеса неизбежно связаны с интересами общества в целом. И потому при формировании и реализации своих стратегий современные компании не могут не учитывать интересы общественных сфер, в том числе экологию, культуру, образование. Более того, они сознательно включают в свои инвестиционные портфели социальные проекты. Этичное поведение становится неотъемлемой частью деятельности крупных компаний. Прозрачность этических правил в компаниях повышает лояльность клиентов и бизнес-сообществ. Например, 87% клиентов, согласно исследованию РБК, заявляют о намерениях приобрести продукцию только у тех компаний, которые поддерживают их точку зрения по разным проблемам [10]. Этичное поведение сотрудника ведет к повышению эффективности труда, укреплению связей с общественностью и улучшению морального климата в компании, что снижает текучесть кадров, способствует снижению издержек. Международная сеть компаний PwC, представила исследование, по результатам которого сотрудники, преданные своим организациям, прикладывают на 57% больше усилий во время работы и на 87% реже уходят из компании, чем сотрудники, которые не считают себя частью команды. Также, согласно исследованиям Strategy&, в 2018 году в отставку из-за нарушений в сфере этики было уволено 39% руководителей компаний, что в 1,5 раза больше, чем в 2017 (26%). В то время как доля отставок из-за неудовлетворительных финансовых показателей составила 35% [1, 330, 10, 18].

Говоря о социально-ответственном поведении компании, нужно учитывать, что этические нормы и правила не всегда функционально направлены на рост экономических показателей [3]. Этические инструменты могут способствовать снижению рисков и максимизации прибыли предприятия лишь косвенным путем.

Таким образом, введение этической инфраструктуры в компании способствует [2, 4, 9, 16]:

- развитию человеческого потенциала и увеличению способности привлекать и сохранять квалифицированных сотрудников;
- повышению лояльности клиентов;
- улучшению финансовых показателей;
- снижению предпринимательских рисков;
- высокому уровню организации, нормализации морального климата, укреплению корпоративного духа;
- укреплению положительного имиджа предприятия, созданию конкурентного EVP (employee value proposition – желаемый образ работодателя);
- повышению рыночной стоимости компании;
- устойчивому развитию компании.

Современные компании все больше заинтересованы в ведении этического бизнеса, поэтому в свои структуры внедряют различные этические инструменты, такие как:

- нематериальная мотивация;
- корпоративное волонтерство;
- ежегодные исследования удовлетворенности сотрудников;
- программа корпоративного благополучия;
- набор этических сотрудников;
- этический кодекс;
- комплаенс (compliance);
- горячая линия.

Вышеперечисленные инструменты, будучи в структуре компании, формируют бренд работодателя и «ценностное предложение сотруднику» (EVP – Employee Value Proposition – желаемый образ работодателя, восприятие компании соискателями). Данные технологии позволяют отразить качества организации, ее отношение к сотрудникам, ожидания от них – «набор смыслов», который делает компанию привлекательной. Это некая точка отсчета для всех действий компании по достижению цели повышения бренда компании среди талантливых соискателей.

Люди – главный актив для бизнеса, который генерирует прибыль, поэтому компании нацелены на создание комфортных условий для сотрудников. Повышение эффективности работы – это основная цель управления персоналом организации. Для достижения данного показателя один из инструментов, наравне с вводом должностных инструкций, введением автоматизированной системы учета, обучением персонала, является мотивация, стимулирование труда и развитие сотрудников, как наиболее действенный в вопросе повышения эффективности труда. В качестве нематериальных стимулов рассмотрению подлежат морально-нравственные, духовные, эстетические потребности личности.

Современные компании проводят ежегодные исследования каждого сотрудника (Performance Review), включающие KPI (ключевые показатели эффективности; советский аналог – коэффициент трудового участия) и глубинные качественные исследования, направленные на анализ личностных приоритетов сотрудников и их интересов. Также важно учитывать обстановку в семьях сотрудников [6].

Сочетание «оцифрованности» компании и глубинности и тонкости в понимании эмоций и мотиваций сотрудников выступают как отправная точка, некая мера труда, указывающая на недостатки системы, но также выявляющая предпочтения и ожидания сотрудников от компании – своеобразное откровение [6].

Такие ежегодные исследования направлены на профилактику демотивации сотрудников. Люди зачастую не способны делать свою работу хорошо. Это может быть связано с перегрузками, стрессами, неуверенностью в себе, неблагоприятных климатом в коллективе, игнорированием инициатив работника, обесцениванием и т. д.

Например, для профилактики демотивации компании разрабатывают программы нематериального поощрения сотрудников. Сюда входят поездки в другие филиалы компании, право на отпуск в высокий сезон, публичное признание заслуг, обед с лучшим из сотрудников, письма благодарности родителям сотрудников. Также современные организации могут иметь программы корпоративного благополучия или благополучия сотрудников (well being), которые включают в себя такие направления как здоровье, психология, этика, сохранения жизненной энергии, развитие карьеры, поддержка сотрудников в их стремлении быть полезными обществу (корпоративное волонтерство) [11]. Например, компания Deloitte сделала акцент в well-being программе на здоровье сотрудников, поставив целью сокращение случаев выгорания на работе, создав новый фокус на работоспособности человека в фирме [12].

Корпоративным волонтерством (добровольческая деятельность, в которую вовлечены сотрудники) на данный момент занимаются 30 наиболее активных отечественных и международных компаний, среди них «Русал», «Норникель», «Газпром», Leroу Merlin, Coca-Cola, Nestle, Deloitte. Исследование UnitedHealth Group в 2013 году показало, что 64% сотрудников, которые участвуют в корпоративном волонтерстве, утверждают, что общение с коллегами вне офиса укрепило их отношения [12]. Исследование, проведенное в 26 странах среди 152 организаций бизнес-журналом Gallup, показало, что сотрудники, вовлеченные в корпоративное волонтерство на 18% более эффективны, чем сотрудники компаний, не имеющих подобных программ. Введение такой практики повышает уровень доверия и лояльности сотрудников к компании [12].

Следующим инструментом, который используют компании, являются этические кодексы (корпоративные, отражающие принципы делового поведения в конкретной компании и профессиональные, регулирующие отношения внутри профессионального сообщества). Они содержат ресурсы для решения широкого спектра задач – принятие решений, нормы и правила поведения, трансляция ценностей компании, корпоративных целей и миссии, повышение корпоративной идентичности, регламентация приоритетов во взаимодействии со значимыми внешними группами. При помощи данного инструмента задаются стандарты поведения, отношений и совместной деятельности. Цель создания и внедрения эти-

ческого кодекса в деловую инфраструктуру – повышение эффективности деятельности сотрудников. Содержание корпоративного кодекса определяется особенностями компании, внутренним этическим климатом, установками ее руководителей, собственными задачами. Предназначение кодекса как универсального инструмента внутренней среды организации – в создании морального и психологического климата в компании, комфортных условий труда, что способствует повышению работоспособности сотрудников и устойчивому развитию компании [330]. В рамках кодекса компании разрабатывают корпоративные ценности, преследуя *noble purpose* (высшая благородная цель) для сотрудников [6]. Важным аспектом является то, что топ-менеджмент провозглашает эти ценности, следует им, становится примером для работников.

Еще один инструмент – комплаенс, контроль соответствия компании законам и корпоративному кодексу. Это технология, реализующая совместные действия бизнеса и государства для совершенствования регулирования и снижения коррупционных рисков. Данный инструмент направлен на противодействие мошенничеству и разрешению споров в бизнесе и соблюдению регуляторных и этических требований. Нормативы комплаенса должны быть утверждены официальным внутренним документом компании. Здесь происходит переломный момент в следовании букве закона и моральным нормам – компания может соблюдать закон формально, но при этом быть неэтичной. Однако предусмотрительные компании устанавливают для себя более высокие этические требования, стремясь опережать закон. Такие действия приносят им стратегические преимущества, так как повышают лояльность сотрудников и клиентов [14].

В российских компаниях нет возможности отстоять свои права, сделать замечание или пожаловаться на недобросовестного руководителя, поскольку этические комиссии, отделы этики, «горячие линии» пока не имеют повсеместного распространения. Такие инструменты и структуры должны опираться на внутренние нормативные документы организации, например, Кодекс делового поведения и этики. При помощи технологий обратной связи, которые поддерживают высокий этический уровень компании, сотрудники чувствуют себя защищенными от непредвиденных ситуаций. Например, компания X5 Retail Group предлагает Горячую линию по этике для сотрудников (в том числе бывших), для клиентов и для всех заинтересованных лиц. Отдельной темой для обращения компания выделяет «преследования за обращение на Горячую линию» [17].

Современные предприниматели отмечают, что снизить текучесть кадров, то есть удержать ценных сотрудников выгоднее для компании, чем искать нового и адаптировать. Этому способствует EVP (желаемый образ работодателя), который выстраивает сама организация. Исследование Cone Communications study в

2016 году показало, что 76% молодых людей учитывают вовлеченность компании в решение социальных проблем перед тем, как принять предложение о работе [12].

Некоторые компании используют также в качестве способа удержания сотрудника и повышения продолжительность жизни работника в компании материальную мотивацию. Однако такой инструмент имеет краткосрочный эффект – работник, которого удерживают в компании лишь при помощи данного метода, уйдет из компании в течение года [330].

Набор персонала в стратегии долгосрочного развития бизнеса должен иметь этап проверки на соответствие личных ценностей кандидатов и корпоративных ценностей компании, которые не только нормативно закреплены в документах, но и являются реально существующей внутренней этикой компании. Таким образом, компания подбирает сотрудников, которые будут заинтересованы в результатах работы [6]. Также важно привлекать в команду специалистов с развитым эмоциональным интеллектом (EQ – способность человека управлять своими эмоциями, воспринимать мотивацию и чувства окружающих людей), который включает в себя коммуникативные навыки, мотивацию, эмпатию, социальную ответственность, навыки управления конфликтами. Эти качества работников способствуют взаимоуважению, пониманию чувств и мотивации коллег, позволяют строить отношения с клиентами и повышать эффективность работы [6, 19].

Таким образом, этические инструменты и технологии, введенные в организационную структуру компании и ставшие реальной моралью, работают с человеческим активом. Они раскрывают и актуализируют нравственные ориентиры сотрудников в организации, что оказывает положительное влияние на экономические факторы устойчивого и долгосрочного развития компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аксенова А.В. Кодекс этики и служебного поведения сотрудников уголовно-исполнительной системы и перспективы // Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции (Казань, 22 февраля 2018 г.). – Казань, 2018. – С. 164-166.
2. Андерсен Б. Этика и бизнес. Социальная ответственность не противоречит прибыли // Стандарты и качество. – 2009. – №. 2. – С. 88-92.
3. Аникина И.Д. Формирование финансово-инвестиционной стратегии предприятия в условиях социально-ориентированной экономики: концептуальные положения // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2011. – №. 8.

4. Афанасенко И.Д. Философия предпринимательства // Философия хозяйства. – 2004. – № 4. – С. 199-220.
5. Баранова Е.С. Финансовые цели и этика российского бизнеса // Успехи современной науки. – 2016. – Т. 1. – №. 5. – С. 107-110.
6. Бесплатно и эффективно: как работает моральная мотивация // РБК [Электронный ресурс] / URL: <https://pro.rbc.ru/news/5d66373d9a794729f2485180> (12.01.2020).
7. Васильевене Н. Институционализация современной этики – от философии к менеджменту ценностей (и обратно) // Практична філософія. – 2008. – №3(29).
8. Гордова Э.Е., Гордов Ю.В. Повышение эффективности деятельности экономических предприятий за счет внедрения этических кодексов // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2014. – №. 2 (1).
9. Джонс К., Абрамов И. Деловая этика: Руководство по управлению ответственным предприятием в развивающейся рыночной экономике / пер. на рус. язык. – Вашингтон: Министерство торговли США; Управление международной торговли, 2005. – 395 с.
10. Как достичь амбициозных целей и не сойти с ума: советы успешных CEO // РБК [Электронный ресурс] / URL: <https://pro.rbc.ru/news/5dd806589a79472586a65583> (Дата обращения 18.01.2020).
11. Как разжечь и поддерживать интерес сотрудников к работе // РБК [Электронный ресурс] – URL: <https://pro.rbc.ru/news/5d9747cf9a794793254baac3> (Дата обращения 17.01.2020).
12. Как экономить и бороться с текучкой с помощью корпоративного волонтерства // РБК [Электронный ресурс] / URL: <https://pro.rbc.ru/news/5dc2dad49a794756e24c48b7> (Дата обращения 22.01.2020).
13. Мельников О.Н., Яремчук А.П. Доверительные и этические отношения как «социально-цементирующий» фактор экономических достижений в инновационном предпринимательстве // Креативная экономика. – 2017. – Т. 11. – №. 1.
14. Мораль с прибылью // РБК [Электронный ресурс] / URL: <https://plus.rbc.ru/news/5c1a2cf47a8aa96e57f047ec> (Дата обращения 13.01.20).
15. Мочалов М.А. Роль морально-этических подходов к управлению экономикой // Наука, образование и культура. – 2018. – №. 1 (25).

16. Нуреев Р.М., Ницаева О.В. Этические факторы повышения социального капитала в России // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2016. – Т. 7. – №. 2.
17. Обращение на Горячую линию по этике // X5 Retail Group / [Электронный ресурс] / URL: <https://www.x5.ru/ru/Pages/HotlineForm/form.aspx> (Дата обращения 22.01.2020).
18. Скипин Д.Л. Корпоративное мошенничество: сущность, риски и влияние на экономическую безопасность бизнеса // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18. – №. 22.
19. Эмоциональный интеллект: как протестировать и прокачать // РБК [Электронный ресурс] / URL: <https://pro.rbc.ru/news/5d765c1e9a79473ebf223bb9> (Дата обращения 16.01.2020).
20. 2018 год стал рекордным по текучести среди руководителей мировых компаний // РБК [Электронный ресурс] / URL: <https://www.rbc.ru/business/15/05/2019/5cdace549a79479d35bf5ad1> (Дата обращения 22.01.2020).

Д. А. ТОЛСТОПЯТОВА, Е. В. ФИРСТОВА

Воронеж, ВГПУ

ТРАДИЦИОННЫЕ МОРАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ И ВЫЗОВЫ ПОСТСОВРЕМЕННОСТИ

Аннотация. В статье анализируется проблема служения ближним в современном обществе и Отечественной истории.

Ключевые слова: эгоизм, мировоззрение русских, взаимопомощь, волонтерское движение.

D. TOLSTOPYATOVA, E. FIRSOVA

TRADITIONAL MORAL VALUES AND CHALLENGES OF POST-MODERNITY

Abstract. The article deals with the problem of serving others in modern society and Russian history.

Keywords: egoism, Russian worldview, mutual aid, volunteer movement.

Одно из популярных значений слова «вызов» – «приглашение принять бой, вступить в борьбу...», другое (среди еще нескольких иных) – «трудная проблема, для решения которой требуются большие усилия, смелость». Вот такой «вызов»