
Есть ли этика бизнеса в России?

Беляева Елизавета Тимофеевна,
студентка 2 курса НИУ ВШЭ, г.Москва, Россия
e-mail: liz.belyaeva2012@yandex.ru

Введение

В современном мире в процессе развивающихся высоких технологий, глобализации и интеграции, в условиях обостренной конкурентной борьбы в различных отраслях и сферах, компаниям для повышения своей продуктивности и улучшения репутации недостаточно только проводить разумную ценовую политику и обеспечивать своей продукции достойную рекламу. Сейчас все большую популярность набирает относительно недавно сформировавшееся понятие этики бизнеса и корпоративной социальной ответственности. Во многом от уровня культуры и этичности принимаемых компанией решений зависит не только правильное, согласованное и законное внутреннее функционирование всех отделов предприятия, но и ответственное и честное отношение к клиентам, поставщикам и другим стейкхолдерам производственного процесса.

В последнее время актуальность этики бизнеса не вызывает вопросов и обсуждений, так как все признают ее необходимым «винтиком» в многоуровневой системе работы компании. Однако на деле эта практика имеет большее распространение в зарубежных странах, чем в России, где этика бизнеса и КСО только начинают свое активное проникновение в корпоративную сферу.

Целью моего исследования является нахождение ответа на неоднозначный, вызывающий противоречия вопрос - а есть ли этика бизнеса в России? Соответственно, передо мной стоит задача на основе интервью с двумя практикующими менеджерами компаний отечественного рынка, референтной литературы в научных и публицистических изданиях и собственного опыта выявить закономерности развития этики бизнеса в нашей стране, определить проблематику и методы внедрения этого направления в российские компании. В своей работе я опиралась на анализ проведенных мной интервью, различные Интернет-ресурсы, а также на печатные источники в бизнес-изданиях, как российских, так и зарубежных.

Этика бизнеса в России: проблемные зоны, факты и варианты решения проблем.

Этика бизнеса в России – совсем недавно сформировавшееся понятие. Его можно определить, как применение моральных принципов и устоев к деловым ситуациям. Изучение данной области знаний – сложный процесс, потому как исторически сложившаяся ситуация в нашей стране диктует не только политические изменения, но и поведение предпринимателей. Принимая какое-либо этическое решение, российский бизнесмен зачастую руководствуется не законодательством, личными моральными ценностями или корпоративным кодексом компании, а желанием и возможностью выжить в деловой среде, где он встает на стыке коррумпированного бюрократического аппарата и сложной системы несоблюдаемых сводов законов и правил.¹

Все сферы возникновения этических дилемм в России в принципе можно разделить на несколько частей, чтобы рассмотреть их состояние по отдельности и выявить закономерности развития каждой из них. К таким разделам можно отнести антикоррупционную политику, столкновение бизнеса и экологии, родственные и дружеские отношения и их влияние на деятельность компании и КСО.

Экология и бизнес.

Одной из очевидных проблем ведения бизнеса в России является нередкое столкновение

интересов предпринимателей с экологическими стандартами и невозполнимостью природных ресурсов. Желая максимизировать прибыль, бизнесмены готовы на все – вырубить леса, если они становятся препятствием, загрязнять воздух и воду вокруг своих фабрик и заводов, даже полностью разрушить экологическое состояние целого района. Таких историй тысячи, и они, к большому сожалению, зачастую касаются самых важных для нашей страны экологических объектов.

Наверняка многие слышали об ужасной истории о полном исчезновении деревни Павлово в Пермском крае. Случившаяся там в конце 90-х годов прошлого века экологическая катастрофа унесла жизни многих людей, а также стала причиной многочисленных заболеваний среди жителей населенного пункта. В этом событии можно однозначно обвинить компанию «ЛУКОЙЛ», ведущего производителя нефти и газа в России. Во избежание лишних трат на регулярную смену труб, проходящих рядом с деревней Павлово, компания придумала не самый экологически безопасный способ «продлить жизнь» нефтепровода. Химическое вещество определенного состава заливалось в трубу и предотвращало оседание парафина на стенках. Однако в апреле 1997 года во время половодья нефть вместе с этим реагентом вылилась на поверхность реки в Павлово. Таким образом, загрязнение стало причиной острого отравления и целого ряда последствий, включающих смерти, болезни и перемещение жителей в другие населенные пункты, то есть отрыв от дома и потеря крова. В этой ситуации компания «ЛУКОЙЛ» вела себя так, словно не замечает вред, нанесенный деревне и ее обитателям. Только после последовательных выступлений, митингов, призывов, переговоров и других мероприятий, направленных на привлечение внимания компании к проблеме, фирма согласилась помочь людям в расселении и выплаты возмещений. Однако все это делалось тихо, так, чтобы никто не узнал о том, что «ЛУКОЙЛ» признал себя виновниками жуткой экологической катастрофы.²

Можно ли назвать такое поведение этичным? Ответ очевиден – нет. В основе деятельности компании лежит извлечение как можно большей прибыли и сохранение хорошей репутации в глазах потребителей (поэтому представители «ЛУКОЙЛА» долго скрывали от СМИ факт случившегося). Об этичности совершаемых действий организация и не думала. Мне кажется, что бизнес многих российских компаний не только создан исключительно ради обогащения, но и функционирует, руководствуясь принципами вседозволенности. Действительно, зачем нужна этика, если она не приносит прибыли?

Если бы я в «ЛУКОЙЛЕ» занималась вопросами экологии (а я считаю, что для нефтяной и газовой компании жизненно необходимо иметь отдел, занимающийся этим), то я не стала бы скрывать от СМИ факт катастрофы. Мне кажется, что признание собственных ошибок, а главное, активная работа по их исправлению – яркий показатель развитой КСО и этики бизнеса. А это в свою очередь положительно сказывается на имидже предприятия. Тогда почему же большинство менеджеров считают иначе? Корни этой проблемы, наверное, лежат, в том числе, в нашем менталитете. Так исторически сложилось, что острые темы нам легче сглаживать, избегая любого упоминания о них, чем решать вопрос путем многочисленных разговоров и отчетов в средствах массовой информации.

Конечно, наряду с этим существуют компании, которые активно занимаются охраной окружающей среды и называют развитие этого направления приоритетным в своей деятельности. В качестве примера можно привести ОАО «АК «Транснефть», для которого экологическая политика является неотъемлемой частью производственного процесса. С 2010 года компания занимается мониторингом состояния воды вокруг одного из своих нефтепортов. В корпоративном журнале Общества рассказывают о методике проведения проверки: «В качестве главного тест-организма экологи выбрали...гребешка приморского. Старательно отфильтровывая из жидкости органическую

взвесь и планктон, моллюск медленно выводит из своих тканей углеводороды и тяжелые металлы. Любое загрязнение воды не пройдет для него бесследно и будет выявлено при анализах».³ Таким образом, «Транснефть» контролирует вред, который их продукция может нанести окружающей среде и готовится в случае каких-то происшествий вовремя «отразить удар» и вернуть экологическую стабильность районам добычи, поставки и распределения нефти. Однако, по мнению одного из респондентов, у которого я брала интервью, такое поведение компании связано в первую очередь не с высоким уровнем этичности политики фирмы и не с развитой КСО, а с тем, что нефтяная отрасль неразрывно связана с природой, поэтому нарушение норм экологической безопасности может привести к нестабильности производственного процесса.

Конечно, во многих случаях последовательные действия сотрудников компании по улучшению экологии связаны с тем, что эти меры обязательны и продиктованы, возможно, корпоративным кодексом или иными документами. Но по своему небольшому жизненному опыту я могу сказать, что истинно этичное отношение к природе показывают не экологические отделы крупных корпораций, а инициативные сотрудники предприятий малого бизнеса. Например, я знакома с работником лесной промышленности. Суть его деятельности заключается в вырубке леса, и, отдавая себе отчет в долгой невозполнимости и жизненной необходимости этого ресурса для всех живых существ, он поверх срубленных деревьев самостоятельно высаживает молодые деревья.

Что из всего описанного выше относится к этике бизнеса? Безусловно, экологическая политика крупной фирмы более всего отражает понятие этичности бизнеса и принципов КСО. Однако в ходе исследования возникает вопрос об истинных целях проводимых мероприятий. Мне кажется, назвать что-либо абсолютно этичным можно лишь при условии искреннего желания компании поступать именно так не для повышения репутации или прибыли, а во имя защиты окружающей среды и ради сохранения биологического разнообразия и экологического каркаса земли. Таким образом, действия компании «ЛУКОЙЛ» являются совершенно не этичными, «АК «Транснефть» - этичными лишь наполовину (ведь мы не можем точно гарантировать личное желание каждого сотрудника Общества участвовать в программе защиты окружающей среды), а деятельность компаний лесной отрасли – абсолютной этичной в силу бесспорной заинтересованности сотрудников экологическим состоянием.

Столкновение четкости бизнес-процессов с неустойчивостью окружающей среды и ответственностью за экологическую безопасность ведет к возникновению многочисленных этических дилемм. Разные компании решают их по-разному, что наталкивает меня на мнение о том, что этика бизнеса в России существует не в целом, а в отдельно взятых компаниях.

Антикоррупционная политика.

На тему распространенности такого явления, как коррупция в нашей стране можно говорить и писать очень много. Однако наша задача, во-первых, заключается в поиске первопричин такого положения дел и, что намного важнее, вариантов предотвращения этических нарушений, связанных с отмывательством, подделками, обманом стейкхолдеров. Политика двойных стандартов, несовершенная система законодательства в России, безответственность чиновников и плохой пример взяточничества, который они подают простым людям, - все это в совокупности становится причиной такого невероятного уровня коррумпированности отечественной деловой среды.

Не вызывает сомнения актуальность антикоррупционной деятельности как важнейшего раздела этики бизнеса. В исследовании издания Business Excellence приведены данные о мнении иностранных управленцев о российской деловой среде. Одним из рассмотренных аспектов было выделение наиболее острых проблем, мешавших предпринимательской деятельности в России в 2013 году. В тройку лидеров среди респондентов вошла коррупция. Именно поэтому грамотное ведение антикоррупционной политики является гарантом общего улучшения деловой среды и

этичности бизнеса в России.⁴

Одним из самых распространенных видов коррупции является взяточничество. На мой взгляд, широкую популярность этот метод получил из-за сложности процедур оформления предприятий бизнеса в нашей стране. Любому бизнесмену, желающему поскорее получить прибыль и потратить на это как можно меньше времени и, желательно, средств может легко «обойти» существующее законодательство и ускорить процесс методом взятки. К сожалению, возможности для дачи взятки не ограничены. К тому же, взяточничество вызывает цепную реакцию: заметив, что у нечестных людей, дающих взятки, бизнес идет легче и быстрее, даже самый ярый борец за справедливость начнет поступать так же.

Следующим распространенным коррупционным нарушением можно назвать подделку и контрафакт. Как считает автор статьи в сентябрьском выпуске издания «Компания», в основе мышления производителей поддельных продуктов лежит мнение о невнимательности покупателей: « Покупатель не всегда вчитывается в надписи, ориентируясь лишь на знакомый знак». В большинстве случаев покупка контрафакта не влечет за собой многочисленные жертвы. Однако статья посвящена строительному бизнесу, в котором качество материала играет важнейшую роль. В качестве примера приведена авария на Ленинградской АЭС в 2011 году, когда применение поддельной арматуры стало причиной обрушения конструкции и жертв среди работников.⁵

Таким образом, можно прийти к выводу, что на пути к большей прибыли российские бизнесмены попросту забывают о таких понятиях, как этика бизнеса и социальная ответственность. На антикоррупционной политике компании ни в коем случае нельзя экономить и, что наиболее важно, любой менеджер должен стремиться к максимальной прозрачности бизнес-процессов для сотрудников и клиентов. Мне кажется, коррупция всегда больше затрагивает «верха» - именно они подают неверный пример другим, которые начинают также считать взяточничество, подделки и откаты нормальным и естественным явлением в ходе ведения бизнеса.

Родственные и дружеские отношения и их влияние на бизнес.

Ни для кого не секрет, что многие возникающие в бизнесе проблемы в России можно решить благодаря связям. При этом правовую и этическую правильность принятых решений гарантировать невозможно. В таких ситуациях грань между служебными отношениями и дружескими, родственными стирается, и это приводит к возникновению многочисленных этических дилемм. Во многих компаниях существует запрет на одновременную работу мужа и жены на предприятиях, с целью пресечения появления тех самых дилемм.

Действительно, в сознании любого российского бизнесмена установлен принцип, что лучше сотрудничать с теми организациями, где у него есть знакомые или родственники, ведь они станут опорой и защитой в случае возникновения каких-то затруднений. Именно это утверждение мешает предпринимателям очиститься от мыслей о возможности обхождения законов, этических принципов и моральных ценностей.

Данную проблему в любой компании решить очень трудно, потому что она находится на стыке общепринятых ценностей (семьи и дружбы) и интересов бизнеса. Поэтому мне кажется, что каждый сотрудник должен сам осознавать недопустимость политики двойных стандартов по отношению к близким людям. Совершенно очевидно, что такое самосознание среди кадров скорее утопично, чем реально, поэтому его стоит чем-то подпитывать - возможно, подавать правильный пример в работе начальников. Ведь если менеджер добивается всего сам и не прибегает к использованию связей в решении бизнес-вопросов, то и работающие по найму подчиненные видят в этом единственно верное правило ведения предпринимательства.

КСО (Корпоративная социальная ответственность).

Недавно пришедшая в отечественные компании тенденция участвовать в различных социальных, культурных, образовательных и благотворительных акциях, с одной стороны кажется положительным явлением для развития деловой среды. Однако попытки копнуть глубже приводят к осознанию того, что истинные цели некоторых программ КСО направлены, как и многое в российском бизнесе, исключительно на получение прибыли.

Один из менеджеров, у которых мне удалось взять интервью, рассказал историю о своем предыдущем месте работе. Телекоммуникационная компания в рамках программы социально-образовательной направленности создавала красочные книжки для детей, обучающие малышей пользоваться телефонами, а также проводила бесплатные консультации для пожилых людей, чтобы научить их пользоваться всеми функциями мобильной связи. По мнению респондента, такое поведение компании можно назвать неэтичным, потому что, по сути, все эти программы были ориентированы на возникновение среди потребителей желания купить мобильные устройства, то есть, стать источником прибыли компании. Мне кажется, большинство подобных неоднозначных ситуаций спровоцированы тем, что у всех людей разные понятия об этике и морали. Для того, чтобы сгладить эти «неровности» все компании должны составлять кодексы, в которых будут ясно прописаны ценности и политика КСО.

По мнению немецких исследователей, корпоративная социальная ответственность в России – понятие, с которым можно столкнуться только в крупных корпорациях, и даже там, несмотря на усиленную работу предприятия по развитию этой области, все еще чувствуется незрелость и неопытность управления социальными программами.⁶

Конечно, ни одна из компаний нашей страны не попала в список 10 и даже 100 самых развитых систем КСО Forbes. Также в статье, посвященной этому, отмечено важное утверждение о целях и, собственно, причинах существования этого понятия. По мнению управляющего партнера в Reputation Institute Каспера Ульф Нильсена, для компаний очень важно выглядеть искренне заботящейся о местном обществе, честной и относящейся к своим людям хорошо, а не казаться просто «маркетинговой машиной, толкающей продукты».⁷ На мой взгляд, такая мотивация – именно то, чего не хватает российскому бизнесу.

Варианты решения проблемы неразвитости КСО лежат на поверхности – вкладывая средства в различные программы, вы не только улучшаете репутацию своей компании, но и получаете личное удовлетворение, потому что знаете, что совершаете благое дело. Жадность в таких случаях не должна становиться препятствием, ведь хорошие дела всегда возвращаются к вам в двойном размере.

Анализ интервью первого менеджера.

Первый менеджер, у которого я взяла интервью, в целом оказался достаточно осведомленным в вопросах этичности бизнеса и управления КСО. Вероятно, это связано с тем, что она является директором по персоналу, то есть заведует отделом кадров, который занимается подобными вопросами. Вопреки обширным знаниям об этике менеджер считает все разговоры о ней данью моде, потому как верит скорее в номинальное существование данного понятия. При этом в ее компании, судя по всему, дела с этикой обстоят очень даже неплохо. Во-первых, в организации существует кодекс корпоративной этики, который мне даже удалось увидеть. Прочитав и проанализировав свод правил, я пришла к выводу, что у фирмы высокий уровень корпоративной культуры. Директор по персоналу также отметила, что данный кодекс – не пылящаяся кипа бумаг, а действительно работающий документ. Деятельность компании основана на принципах,

провозглашаемых в кодексе. Менеджер отметила : «Компания должна ежедневно работать над своим брендом, чтобы вся демонстрируемая на рынке культура и этика конкретной компании была не просто рекламой или выдумкой, а отражала действительное состояние дел в компании». Таким образом, она утвердила мысль о том, что абсолютна этическая организация – та, что этична и внутренне, и внешне. В ее компании нет отдела, который занимается исключительно вопросами этики – его обязанности делят между собой служба безопасности, департамент маркетинга и отдел кадров.

Во время интервью заметным становится высокий уровень развития корпоративной социальной ответственности предприятия. Кроме итак очевидного большого количества социальных программ, таких как благотворительность, оборудование рабочих мест для людей с ограниченными возможностями, образовательные курсы и т.д., фирма ведет прозрачную политику КСО и информирует на своем сайте обо всем полезном, что они делают для общества. Однако по признанию директора по персоналу, некоторые из подобных мероприятий совершаются не для истинно благих целей, а для рейтинга или, проще говоря, галочки.

Здесь мое мнение совпадает с мнением респондента: компания этична и социально-ответственна только при условии искренности совершаемых благих дел и принятых решений.

Анализ интервью второго менеджера.

Заместитель генерального директора компании, занимающейся связью объектов добычи нефти и транспорта, можно сказать, подкрепил точку зрения предыдущего респондента. Определив этику бизнеса как регламентированные правила ведения предпринимательства, он отметил, что в их компании эта сфера достаточно развита. Существование коллективного договора, закрепляющего основные положения об этичности работы компании, конечно, нельзя назвать абсолютным гарантом развитости этики в фирме. Но то, что менеджер сказал о соблюдении этого договора, дает основания полагать, что данное акционерное общество обладает высоким уровнем развития корпоративной культуры: «В нашей компании деятельность всех отделов регулируется этим регламентом». За этичность бизнеса отвечают, по рассказу начальника, отдел кадров, труда и заработной платы и технический отдел. Как и в компании другого менеджера, у которого я брала интервью, за коммуникацию с сотрудниками по поводу возникающих этических дилемм ответственна служба персонала.

А вот в ведении политики КСО можно заметить существенные отличия от компании предыдущего респондента. Важнейшее из них заключается в том, что социальные программы нефтяной компании ориентированы более на работников предприятия, чем во вне. Кадровая политика – вот ключевое направление для организации. Организуя обучение персонала, повышение квалификации, поддержку инициатив среди будущих специалистов, обеспечивая пенсионную программу для ветеранов труда, компания подчеркивает свою опору на самый мощный двигатель прогресса – кадры. Из внешних социальных проектов менеджер смог назвать благотворительность, заключающуюся в помощи детским домам. Вопрос о социальном отчете, как мне показалось, даже несколько возмутил моего респондента. Он высказался о ненужности составления подобных документов в связи с тем, что программы КСО направлены, в первую очередь, на реальную помощь обществу, а не получение «каких-то репутационных баллов».

Можно также отметить, что оба начальника считают, что компания должна принимать активное участие в формировании сознания сотрудников об этичности бизнес-процессов.

Заключение.

Рассмотрев некоторые доступные мне источники информации в сети Интернет, в российских и зарубежных бизнес-изданиях, проанализировав интервью менеджеров ведущих российских

компаний, я сформулировала свою точку зрения об этике бизнеса и корпоративной социальной ответственности в деловой среде нашей страны. Рассматривая каждую отдельную сферу, подконтрольную понятию этики бизнеса, я выявила множество нарушений, подкреплённых реальными примерами. К счастью, уже существуют компании на российском рынке, всерьёз озабоченные проблемами этики в своей деятельности. Яркими примерами таких компаний стали те, в которых работают мои респонденты для интервью. Несмотря на отсутствие в структурах отделов, непосредственно отвечающих за этику бизнеса, менеджеры сумели назвать целый ряд других департаментов, активно занимающихся работой с персоналом и разбором различных этических вопросов и проблем.

Что же касается КСО, то здесь Россия представляется достаточно развитой культурной, ответственной средой, потому как большинство средних и крупных компаний занимаются различными социальными, благотворительными и образовательными программами. Остается только надеяться, что делают они это от всего сердца и искренне, потому как менеджеры в своих ответах подчеркнули необходимость реальной помощи обществу, а не просто рассказов о существовании развитой системы КСО.

Вопрос, ответ на который являлся поводом и целью моего мини-исследования, на мой взгляд, можно отнести к риторическим. Но подводя итог, я скажу, что этика бизнеса в России существует не в целом, а в отдельно взятых компаниях, которые, по моим наблюдениям, больше связаны с западными корпорациями и культурой. Все-таки это явление приходит в нашу деловую среду из-за границы, медленно вползая и проникая в сознание управленцев. Это тенденция позволяет нам предположить, что уже в скором времени ситуация на российском рынке изменится, и на первое место в ведении бизнеса выйдет не только извлечение прибыли, но и этичность принимаемых решений.

Список литературы

1. German Embassy, Russia. (б.д.). Russia: the role of CSR. Получено 31 10 2014 г., из CSR WeltWeit German Business-Global Citizen: <http://www.csr-weltweit.de/en/laenderprofile/profil/russische-foederation/index.nc.html>
2. Smith, J. (2014). "The Companies With the Best CSR Reputations". Forbes.
3. Г.Б.Клейнер. (1998). "Этика бизнеса в России и в мире". В Стратегии бизнеса: аналитический справочник (стр. 10-11). Москва: "КОНСЭКО".
4. Ермакова, Ю. (2014). "Пираты на стройке". "Компания"(№34/815), 34.
5. Коммуникационное агентство FleishmanHillard Vanguard. (2014). "Оценка иностранным бизнесом деловой среды в России за 2013 год". Business Excellence(№5), 30-33.
6. Нина Белякова, П. К. (2014). "Ежи молчать не будут". Ежемесячный журнал ОАО "АК "Транснефть" ТТН:Трубопроводный транспорт нефти(№2), 50-53.
7. Юшков, Р. (б.д.). Нефтегазовый форум. Получено 26 Октябрь 2014 г., из Oilforum.ru: <http://www.oilforum.ru/topic/52614-lukoil-i-problemi-akologii-permskogo-kraja/>

Приложение.

Интервью 1. Директор по персоналу ИТ-компанияи.

Скажите, по Вашему мнению, что такое этика бизнеса? (опишите своими словами)

Мне кажется, этикой бизнеса можно назвать какие-то писанные и неписанные правила ведения бизнеса, нормы и принципы антикоррупционной политики компании.

Как на Ваш взгляд, обращение к этике бизнеса и разговоры о ней – это дань моде или обоснованный выбор компаний?

Я считаю, что в большинстве своем это как раз дань моде, потому что мне представляется почти невозможным функционирование какого-либо предприятия на основе общего желания сотрудников, управляющего аппарата и других людей, вовлеченных в процесс производства, поступать во всех ситуациях в соответствии с установленными нормами и моралью – разве это не утопия?

Существуют ли какие-нибудь требования государства или других структур об обязанности компаний быть этичными? В чем это проявляется?

Со стороны государства существуют различные законодательные и декларативные регуляторы деятельности компаний. Если договорные отношения можно отнести к этике бизнеса, то я назову Гражданское право. Также Корпоративное право, Закон об акционерных обществах и, конечно, Трудовой кодекс.

Есть ли какие-нибудь санкции при условии отказа следовать данным требованиям? Какие именно?

Санкции возникают там, где нарушаются соответствующие законодательные нормы. Поэтому и сами санкции прописаны там же – насколько мне известно, решением подобных вопросов занимается арбитражный суд. Если брать не государственный уровень, то фирма в случае этических нарушений контрагентом может разорвать с ним договор и прекратить сотрудничество.

Как в Вашей компании обстоят дела с этикой? Поясните свое мнение на примерах.

В нашей компании дела с этикой обстоят довольно хорошо, потому что для нас очень важен имидж компании, и работа всех соответствующих служб направлена на максимизацию этичности принимаемых в компании решений как среди сотрудников, так и в работе с клиентами.

Придерживается ли Ваша компания Корпоративной социальной ответственности?

Да, наша компания развивает различные программы социально-благотворительной направленности, так как внесение вклада в повышение качества жизни россиян является одним из важных принципов нашей работы.

В какие сферы компания вкладывает деньги (элементы политики КСО)? С чем связан выбор именно этих сфер?

Чем проблема острее, тем большее наше внимание она на себя вызывает, поэтому основными сферами, в которые вкладывается компания, является социальная, образовательная и благотворительная.

Какие Вы могли бы назвать документы, закрепляющие следование этике бизнеса или КСО в вашей организации?

У нас существует кодекс корпоративной этики.

Используете ли Вы эти документы в своей работе или только знаете об их существовании?

Конечно, используем! Во-первых, при поступлении на работу все новые сотрудники обязаны ознакомиться с кодексом. Во-вторых, мы следим за тем, чтобы на стадии ознакомления процесс пользования кодексом не закончился, потому как вся внутренняя и внешняя политика компании

строится на принципах, целях, задачах и нормах, изложенных в данном документе. Соответственно, мы стараемся их придерживаться.

У некоторых компаний на сайте прописываются миссия и принципы КСО. Есть ли сайт и такой раздел у вашей организации?

Да, политика КСО нашей компании достаточно прозрачна, и всю информацию об этом можно найти на сайте.

Есть ли в вашей организации специально назначенные сотрудники или структуры, ответственные за разработку или контроль за состоянием дел по этике? Если да, то расскажите, чем они занимаются и как это делают.

В целом, можно назвать три отдела, занимающихся подобными вопросами: служба безопасности, которая методами, разглашение которых я считаю неэтичным (Улыбается), следит за соблюдением антикоррупционной политики компании и проверяет документацию и репутацию контрагентов, с которыми мы работаем; департамент маркетинга, занимающийся организацией и проведением мероприятий, связанных с КСО; отдел управления персоналом, ответственный за доведение и разъяснение информации об этике бизнеса сотрудникам.

Как вы в целом оцениваете – нужны ли они? Полезны ли? Эффективна ли их работа?

Безусловно. Компания должна ежедневно работать над своим брендом, чтобы вся демонстрируемая на рынке культура и этика конкретной компании была не просто рекламой или выдумкой, а отражала действительное состояние дел внутри фирмы.

Какие социальные программы есть в данный момент в компании?

О, их множество. Например, мы создаем рабочие места для людей с ограниченными возможностями, непрерывно ведем активную работу по обучению наших сотрудников как внутри организации, так и совместно с профильными университетами. Также мы участвуем в благотворительных акциях, перечисляя средства в различные фонды, практикуем волонтерство – выезды в детские дома, проведение обучающих семинаров силами проявляющих инициативу сотрудников.

Если говорить в целом, то каких программ больше, ориентированных на работников предприятия или во вне? С чем связано такое распределение, на Ваш взгляд?

К сожалению, больше программ, ориентированных во вне. Я считаю, это связано с тем, что наша компания еще пока достаточно молодая и не дошла до программ, которые были бы рассчитаны на работу с сотрудниками. Но мы движемся в этом направлении.

Готовит ли Ваша компания социальный отчет? Какая информация представлена в отчете?

Да, готовит. В основном это необходимо при составлении рейтинга компаний. Развитая система КСО - один из ключевых показателей в настоящее время. В таких отчетах публикуется информация о существующих социальных программах и мероприятиях.

Какой должна быть на Ваш взгляд социально-ответственная компания?

В идеале социально-ответственная компания – это объединение людей, которые стремятся от всей души помогать и отдавать. Знаете, в рабочей среде часто организуются централизованные и почти обязательные выезды в детские дома и тому подобные мероприятия. Я считаю, это недопустимо, потому что социально значимые проекты надо совершать искренне и со всей добротой, а не по приказу начальства или ради рейтинга и репутации компании. Социальная ответственность должна быть в первую очередь не искусственно созданной «напоказ».

Нужно ли в организациях заниматься вопросами этики или это сугубо личное дело каждого

человека?

Конечно, навязать человеку систему ценностей компания не может – в такой ретроспективе это сугубо личное дело каждого. Но относительно вопросов, касающихся работы компании, можно сказать иначе – здесь сама организация должна принимать активное участие.

Примечания

1 Г.Б.Клейнер. (1998). "Этика бизнеса в России и в мире". В Стратегии бизнеса: аналитический справочник (стр. 10-11). Москва: "КОНСЭКО".

2 Юшков, Р. (б.д.). Нефтегазовый форум. Получено 26 Октябрь 2014 г., из Oilforum.ru: <http://www.oilforum.ru/topic/52614-lukoil-i-problemi-akologii-permskogo-kraja/>

3 Нина Белякова, П. К. (2014). "Ежи молчать не будут". Ежемесячный журнал ОАО "АК "Транснефть" ТТН: Трубопроводный транспорт нефти(№2), 50-53.

4 Коммуникационное агентство FleishmanHillard Vanguard. (2014). "Оценка иностранным бизнесом деловой среды в России за 2013 год". Business Excellence(№5), 30-33.

5 Ермакова, Ю. (2014). "Пираты на стройке". "Компания"(№34/815), 34.

6 German Embassy, Russia. (б.д.). Russia: the role of CSR. Получено 31 10 2014 г., из CSR WeltWeit German Business-Global Citizen: <http://www.csr-weltweit.de/en/laenderprofile/profil/russische-foederation/index.nc.html>

7 Smith, J. (2014). "The Companies With the Best CSR Reputations". Forbes.