

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

Этический кодекс как механизм оптимизации деловой коммуникации

Карлова Елена Юрьевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский

факультет, Тула, Россия

E-mail: seritury@yandex.ru

Оптимизация процесса этического регулирования деловой сферы является насущной потребностью деловой коммуникации, для реализации которой деловое сообщество использует различные приемы, методы и формы. Внедрение этических кодексов позволяет повысить степень ее эффективности.

«Около 90% зарубежных компаний внедряло этические принципы посредством кодексов» (1). Наличие корпоративных кодексов постепенно становится общемировым стандартом.

С целью определения отношения делового сообщества к этическим кодексам, их влияния на эффективность деловой коммуникации в условиях современного российского общества было проведено социологическое исследование методом опроса экспертов: представителей малого, среднего, крупного бизнеса, государственного сектора, консалтинговых фирм.

В ходе проведенного исследования выяснилось, что 92,6% респондентов («да» - 59,3%; «скорее да, чем нет» - 33,3%) считают актуальным создание этических кодексов.

По мнению 77,7% опрошенных («да» - 29,9%; «скорее да, чем нет» - 48,1%) этические кодексы могут помочь контролировать поведение менеджеров, чиновников, сотрудников компании. Т. о. кодексы могут обеспечить определенный уровень защиты как компании в целом, так и ее сотрудников.

Подавляющее большинство респондентов (81,5%) полагают, что кодекс дает общий ориентир, когда в противоречие приходят универсальная и профессиональная этика, при этом оценки экспертов существенно расходятся в зависимости от формы деятельности и вида бизнеса. «Да» и «скорее да, чем нет» считают 100% чиновников, но только 76,8% бизнесменов, а ведь именно они работают с кодексами. Среди представителей бизнеса «скорее да, чем нет» полагают 100% представителей малого бизнеса, хотя у них чаще всего и кодексов нет. Тем не менее такая оценка кодексов свидетельствует о стремлении использовать этот механизм, чтобы поднять свой имидж, повысить уровень деловой коммуникации. «Да» и «скорее да, чем нет» считают 66,6% респондентов среднего бизнеса и 83,4% крупного, что является значимым фактором, поскольку у них, как правило, есть опыт работы с кодексами. Таким образом, проведенное исследование приводит к выводу, что этические кодексы востребованы деловым сообществом, содержат ресурсы для решения этических проблем. В то же время сегодня не существует единых требований при составлении кодексов. Они очень не похожи друг на друга: разное содержание, объем, структура, стиль, задачи.

Чтобы определить насколько современные российские кодексы корпоративной этики могут служить инструментом принятия решений, каким параметрам желательно их соответствие, был проведен анализ Кодекса корпоративной этики ОАО «Квадра», работающей в области энергетики.

В Кодексе присутствует достаточно четкая структура. В первой главе определены цели и задачи Кодекса, в результате которых можно реализовать все три функции: репутационную, управленческую и функцию развития корпоративной культуры; раскрыта суть всех необходимых терминов и понятий. Кодекс ориентирован на всех работников компании. Положения Кодекса увязаны с другими корпоративными документами, регламентами, стандартами.

Во второй главе описаны этические принципы и стандарты деятельности Компании. Эти принципы определяют отношения с работниками и профессиональным союзом, со сторонними организациями и общественностью, с акционерами и государственными организациями, предусмотрены принципы проведения ответственной социальной политики, выполнение требований по экологии и безопасности производства. Далее говорится об этических нормах поведения работников (гл. 3). В силу значимости отдельной главой (гл. 4) выделен конфликт интересов, разработаны превентивные меры, а также пути разрешения и урегулирования конфликта интересов.

Данный Кодекс не является просто статичным документом, в нем предусмотрен механизм пересмотра, его дополнения, изменения, учета соблюдения Кодекса при проведении оценки персонала и подведении итогов ключевых показателей эффективности.

В ходе проведенного исследования Кодекса этики ОАО «Квадра» можно сделать вывод, что он способен служить инструментом управления и играть важную роль в сложном процессе принятия эффективных, социальноответственных решений.

В настоящее время деловое сообщество осознает необходимость внедрения этических кодексов. Национальным фондом «Российская деловая культура» в 1997 году сформирован документ «12 принципов ведения дела в России», которые многие отечественные фирмы берут за основу. Помощь в разработке кодексов оказывают сайты, на которых размещены различные корпоративные клубы: Профессиональный менеджер, Элитарный клуб корпоративного поведения и др. Но этого явно недостаточно.

Поскольку в современном мире экономика тесно связана с понятиями о нравственности, вопросы создания качественных кодексов приобретают все большую актуальность и требуют активизации и совершенствования по их созданию и применению, чему могло бы способствовать принятие таких мер, как: создание единого методического центра по разработке этических кодексов; проведение практических семинаров-тренингов по вопросам их применения; стимулирования руководителей и организаций, которые этично ведут дела; внедрение этического комплаенс: одного из направлений комплаенс, задачей которого является контроль за исполнением сотрудниками компании установленных этических правил и норм поведения: внутрикорпоративного кодекса.

Литература

1. Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений. М.: Финансы и статистика, 2003, с. 192.