

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

Выпуск 4 – 2017 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2017.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/04SFK417.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Виниченко В.А. Этический кодекс в совершенствовании корпоративной культуры государственной организации // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2017 №4, <https://sfk-mn.ru/PDF/04SFK417.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 316.77

Виниченко Вера Афанасьевна

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова», Россия, Якутск¹

Кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: vera_vinichenko@mail.ru

Этический кодекс в совершенствовании корпоративной культуры государственной организации

Аннотация. Актуальность работы связана с проблемой формирования положительной репутации государственных органов власти, которым необходимо укрепление доверия целевых групп общественности к их деятельности. Этический кодекс является одним из эффективных средств, которое не только способствует развитию корпоративной культуры организации, но и ориентации повседневного поведения государственных служащих в соответствии с моральными нормами. В статье дано определение понятий «этический кодекс», «корпоративная культура», а также ее типология, методы формирования, цели и причины создания этического кодекса, при разработке которого коммерческая или государственная организация самостоятельно определяет структуру, содержание, внешний вид, стиль изложения и объем документа. Общепринятой схемы создания этического кодекса среди специалистов пока не существует. В качестве примеров рассмотрены этические кодексы ОАО «Ростелеком» и ПАО «Сбербанк», на основании которых проведен сравнительный анализ. Также представлены данные опроса сотрудников организации, результаты проведенного исследования особенностей корпоративной культуры регионального госучреждения, которая имеет признаки и традиционной российской корпоративной культуры. Вывод заключается в том, что этический кодекс необходимо более активно внедрять в российских госучреждениях.

Ключевые слова: этический кодекс; корпоративная культура; типология; методы формирования; государственные служащие

В российских условиях на государственном уровне нередко случаи коррупции, махинаций, «откатов» и мошенничества, что отрицательно сказывается на имидже и репутации официальных органов управления. В связи с этим, актуальность создания этического кодекса для государственной организации безусловна, так как его можно использовать для укрепления доверия общества к деятельности органов власти, предупреждения случаев неэтичного поведения служащих.

¹ 677013, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Кулаковского, 42, каб. 212а

Наличие этического кодекса в организации способствует повышению производственной эффективности работников, облегчает управление лояльностью, увеличивает работоспособность сотрудников, снижает конфликтность и уровень стресса в трудовом коллективе. Создание и утверждение этического кодекса позволит руководителю направить свой коллектив на реализацию намеченной стратегии, поможет идентифицировать собственные цели каждого сотрудника с целями организации в целом через восприятие и принятие ее норм и ценностей, укрепит корпоративную культуру.

В специальной литературе бытует масса определений понятия «корпоративная культура». С.Г. Абрамова и И.А. Костенчук [1] считают, что корпоративная культура – это «система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной компании, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды». Основной целью корпоративной культуры является повышение эффективности деятельности всех сотрудников компании.

В настоящее время имеется целый ряд различных типологий корпоративной культуры. Например, К.С. Камерон и Р.Э. Куинн [4] выделяют четыре типа культур: клановая, иерархическая (бюрократическая), рыночная и адхократическая. По мнению С.Г. Абрамовой и И.А. Костенчук [1], существуют следующие культуры: стабильная и нестабильная, интегративная и дезинтегративная, личностно-ориентированная и функционально-ориентированная, позитивная и негативная.

Формирование корпоративной культуры организации А.Ю. Мешков [7] предлагает осуществлять с помощью следующих основных методов:

1. Группа методов, связанных с осуществлением лидерства в организации (стиль руководства, реакция и поведение руководства в критических ситуациях, поведение руководителя и др.);
2. Группа организационных (управленческих) методов (миссия и стратегия развития, этический и профессиональный кодексы, должностные инструкции, профсоюз, система поощрения и наказания, принципы подбора персонала, увольнение, система коммуникаций и др.);
3. Группа методов социально-психологического воздействия на сознание и поведение сотрудников организации (создание артефактов, корпоративных СМИ, межличностное взаимодействие).

Мы сосредоточимся на группе организационных методов формирования и поддержания корпоративной культуры, в которую входит создание этического кодекса, под которым понимается нормативный акт, принятый представителями определенной профессии и содержащий обязательные для исполнения нравственно-этические предписания, регламентирующие профессиональное поведение [6].

Отметим, что базовые этические нормы деятельности государственных служащих России были разработаны и приняты в 2002 году. В 2010 году был создан «Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации», который является основой для разработки государственными органами собственных кодексов этики и служебного поведения.

Единого стандарта в процессе создания подобного документа не существует, каждая организация разрабатывает его самостоятельно. Но можно выделить основополагающие компоненты, которые в нем присутствуют: миссия и видение организации; описание ценностей; стандарты поведения сотрудников; система исполнения этического кодекса. Совсем

не обязательно, чтобы в кодексе присутствовали все четыре компонента. Среди действующих этических кодексов организаций можно найти разные примеры данных документов, в которых структурные элементы могут сочетаться в разных пропорциях.

Создание и принятие этического кодекса преследует разные цели. По мнению Е.А. Ивановой [2], к этим целям относятся: установление универсальных стандартов поведения, закрепление корпоративных ценностей, укрепление корпоративной культуры, ориентация в случае этических дилемм, повышение репутации компании, определение основ взаимоотношений с заинтересованными сторонами, обеспечение осознания сотрудниками персональной ответственности, повышение профессионализма сотрудников, формирование вдохновляющей рабочей атмосферы, создание инструмента системы корпоративного управления.

Крупные российские компании также используют в своей практике этические кодексы. Например, такие организации как ПАО «Сбербанк» и ОАО «Ростелеком». Рассмотрим характеристики данных компаний и более подробно их организационные документы.

«Сбербанк» [8] является крупнейшим финансовым предприятием в России, насчитывающий более трехсот тысяч сотрудников в 22 странах. Имеет 12 территориальных банков и более 16 тысяч отделений по всей стране, в 83 субъектах Российской Федерации. Спектр услуг банка для розничных клиентов максимально широк: от традиционных депозитов и различных видов кредитования до банковских карт, денежных переводов, банковского страхования и брокерских услуг. В России у банка более 110 миллионов клиентов, а за рубежом – около 11 миллионов человек.

Кодекс корпоративной этики данного банка был утвержден 30 сентября 2015 года и имеет объем более 60 страниц. Оформлен в виде цветной брошюры с фотографиями, в которой соблюден корпоративный фирменный стиль.

В кодекс корпоративной этики ПАО «Сбербанк» [5] входят: миссия и ценности, обращение председателя наблюдательного совета банка и обращение президента, председателя правления, а также шесть глав. Рассмотрим их содержание. Первая глава «О кодексе этики»: предназначение и соблюдение кодекса, дополнительные обязанности, этические конфликты, нарушения. Вторая глава «Соблюдение этических принципов на работе»: отношения с клиентами; рабочая атмосфера; охрана труда; «дресс-код»; конфликт интересов; трудовая деятельность вне Банка; обмен подарками и представительские расходы и др. Третья глава «Приверженность этичным практикам ведения бизнеса»: конкуренция; противодействие коррупции; манипулирование рынком и др. Четвертая глава «Раскрытие информации»: ведение бизнеса; достоверность отчетности; публичные коммуникации; защита информации; общение в соцсетях. Пятая глава «Ответственное лидерство»: акционеры; благотворительность и спонсорство; взаимодействие с госорганами; социальное благополучие; права человека; защита окружающей среды. Шестая глава «Заключительные положения»: ответственность за нарушение Кодекса; внесение изменений. На последних страницах можно найти список терминов и определений для целей Кодекса.

Перейдем к рассмотрению характеристик ОАО «Ростелеком». Открытое акционерное общество междугородной и международной электрической связи ОАО «Ростелеком» – крупнейший оператор фиксированной связи Российской Федерации. Компания владеет современной цифровой сетью, покрывающей практически всю территорию страны.

Этический кодекс ОАО «Ростелеком» был утвержден 27 декабря 2007 года и представляет собой семистраничную черно-белую распечатку на листах А4, выложенную в Интернете в формате «pdf». Организационный документ ОАО «Ростелеком» [10] включает следующие положения: введение; определение основных терминов; этические принципы,

конфликты интересов; случаи использования конфиденциальной информации; случаи использования служебного положения, отношение к коллегам, деловым партнерам и конкурентам; защита окружающей среды; защита и использование имущества компании; предоставление информации; соблюдение этического кодекса; отступление от требований соблюдения этического кодекса; заключительные положения.

Исходя из вышеуказанного, мы констатируем, что кодекс ОАО «Ростелеком» имеет явные отличия с кодексом «Сбербанка» по следующим параметрам: дата создания – 27 декабря 2007 г. («Ростелеком»), 30 сентября 2015 г. (банк); объем документа – 7 страниц («Ростелеком»), 61 страница (банк); оформление – черно-белый цвета, без фотографий («Ростелеком»), цветная печать, использование фотографий (банк); внешний вид – брошюра (банк), листы А4 («Ростелеком»); оглавление – отсутствует, 15 положений («Ростелеком»), деление на 6 глав (банк); изложение текста – лаконичное, тезисное («Ростелеком»), полное, подробное (банк); постраничное содержание документа – отсутствует («Ростелеком»), присутствует (банк). Таким образом, при создании проекта этического кодекса организации разработчики могут ориентироваться на сокращенный вариант либо выбрать развернутую версию документа.

Государственные учреждения также вправе разрабатывать свои собственные этические кодексы, что мы и предложили региональной организации, которую представляет Министерство архитектуры и строительного комплекса Республики Саха (Якутия). Данное учреждение занимается государственным регулированием в области архитектуры и градостроительства, отвечает за формирование системы территориального планирования, несет ответственность за своевременную застройку и благоустройство населенных пунктов республики, отвечает за качество проектно-изыскательских работ, строительных материалов и конструкций, стандартизирует и сертифицирует строительную продукцию.

Разработать проект этического кодекса для данного министерства мы решили в силу того, что для данной области случаи неэтичного поведения государственных служащих не редкость. Строительство – одна из самых коррумпированных отраслей страны. Это признают все: и правительство, и сами застройщики, и поставщики строительных материалов. Об этом пишут печатные и электронные российские СМИ.

Кроме того, П.Я. Федотова [9] выделяет еще ряд причин, которые обуславливают необходимость создания и принятия этического кодекса для государственного служащего. Это то, что кодекс определяет и содержит сущность, специфику моральных принципов и норм в системе государственной службы; выступает дополнительным инструментом регулирования служебных отношений в профессиональной среде; служит своеобразным критерием для определения профессионализма сотрудников. А также он может выполнять воспитательные и образовательные функции, так как в нем должны быть собраны и систематизированы основные нравственные требования к государственным служащим.

Для определения характеристик корпоративной культуры Министерства архитектуры и строительного комплекса Якутии 20 апреля 2016 г. было проведено анкетирование сотрудников, в ходе которого было опрошено 100 респондентов. В опросе приняли участие 49 % мужчин, 51 % женщин.

По результатам исследования мы можем охарактеризовать корпоративную культуру министерства как стабильную (заданные нормы поведения и традиции); интегративную (единство общественного мнения и внутригрупповая сплоченность), функционально-ориентированную (реализации функционально заданных алгоритмов осуществления профессионально-трудовой деятельности и статусно определенных моделей поведения), позитивную; по типу – иерархическая.

Интересно, что Т.Б. Иванова и Е.А. Журавлева [3] считают, что традиционной российской корпоративной культуре присущи такие основные характеристики, как стремление к коллективизму и общинности наряду со слабой личной ответственностью; расплытие ответственности между всеми членами коллектива и, как следствие, большая значимость неформальных отношений; слабая выраженность способности к самоорганизации; низкая исполнительская культура, обусловленная особенностями стимулирования труда в России и ответственности; преобладание в организации вертикальных связей над горизонтальными; централизация и авторитаризм в управлении; выраженная неритмичность организации труда (чередование периодов простоя с периодами авралов).

На основе материалов анкетирования были выявлены корпоративные ценности сотрудников организации, основные мотивирующие и демотивирующие факторы. Было определено, что в данном учреждении в человеке ценят ответственность, дисциплинированность, исполнительность, компетентность, уравновешенность, пунктуальность, трудолюбие, аккуратность, вежливость, коммуникабельность. Мы выяснили, что в основе сложившейся культуры ярко выражена направленность на построение межличностных отношений, в трудовом коллективе царит атмосфера взаимопомощи и поддержки.

К основным мотивирующим факторам деятельности респонденты относят величину заработной платы, перспективы карьерного роста, достижения в профессиональной деятельности. Среди демотиваторов опрошенные назвали рабочие перегрузки; отсутствие перспектив профессионального или должностного роста; нарушение принципа справедливости; недостаток необходимой информации; негативные слухи.

Отношения в организации нельзя называть чисто формальными, так как в них присутствует определенная свобода. Но эта свобода заключена в определенные рамки. Руководство предоставляет широкие возможности сотрудникам для карьерного роста, старается всегда отметить профессиональные достижения своих подчинённых. Но все же мы считаем, что в целях совершенствования корпоративной культуры данного министерства целесообразно создать и использовать этический кодекс.

Мы считаем, что внедрение данного организационного документа не только будет служить упрочению и развитию культуры госучреждения, но и поспособствует формированию позитивного образа организации в глазах целевых групп общественности. Практика применения этического кодекса в повседневной деятельности региональных органов управления должна только расширяться. Одно из решений проблемы, связанной с повышением уровня доверия граждан к органам исполнительной власти, находится в плоскости разработки и утверждения своей версии столь значимого документа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамова С.Г., Костенчук И.А. О понятии корпоративная культура. М.: Экзамен, 2005. 290 с.
2. Иванова Е.А. Корпоративные этические кодексы в управлении российскими компаниями службы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент». Выпуск 2. 2014. С. 176-177.
3. Иванова Т.Б., Журавлева Е.А. Доминирующие типы корпоративной культуры // Вестник РУДН. Серия «Инженерные исследования». 2010. №4. С. 110-111.
4. Камерон К.С., Куинн Р.Э. Диагностика и изменение организационной культуры службы. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
5. Кодекс корпоративной этики Сбербанка [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://file:///C:/Users/user/Downloads/corporate_ethics_code.pdf, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
6. Малиновский А.А. Кодекс профессиональной этики: понятие и юридическое значение службы // Журнал российского права. 2008. № 4. С. 40.
7. Мешков А.Ю. Группы методов формирования корпоративной культуры службы // Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки». Том 6. 2014. №4. С. 94.
8. Сайт ПАО «Сбербанк» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sberbank.com/ru/index>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
9. Федотова П.Я. Механизмы внедрения принципов должной морали в практику государственной службы // Социология власти. 2011. №2. С. 159.
10. Этический кодекс ОАО «Ростелеком» [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://moscow.rt.ru/data/doc/The_Code_of_Ethics_Roste-lecom_ru.pdf, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

Vinichenko Vera Afanasyevna

M.K. Ammosov North-Eastern federal university, Russia, Yakutsk
E-mail: vera_vinichenko@mail.ru

Ethical code in improving the corporate culture of state organization

Abstract. The urgency of the work is connected with the problem of forming a positive reputation of state authorities, which need to strengthen the confidence of target societies. Ethical Code is one of the effective instrument to do it, which not only contributes to the development of the corporate culture of the organization, but also the orientation of everyday behavior of civil servants in accordance with moral norms. The article defines the notion of "ethical code", "corporate culture", as well as its typology, methods of formation, purposes and reasons for creating an ethical code, in the development of which a commercial or state organization independently determines the structure, content, appearance, style of presentation and scope document. There is no universally recognized scheme for creating an ethical code among specialists. Examples are the ethical codes of OJSC Rostelecom and PJSC Sberbank, on the basis of which a comparative analysis was carried out. The data of survey which was held in organization, the results of features research in corporate culture of the regional state institution, which also has signs of a traditional Russian corporate culture, are also presented. The conclusion is that the ethical code needs to be more actively implemented in Russian government institutions.

Keywords: ethical code; corporate culture; typology; methods of formation; civil servants

REFERENCES

1. Abramova S.G., Kostenchuk I.A. (2005). O ponjatii korporativnaja kul'tura. [*About the concept of corporate culture.*] Moscow: Examination, p. 290.
2. Ivanova E.A. (2014). Corporate Ethical Codes in the Management of Russian Service Companies. *Vestnik of the St. Petersburg University*, 2, pp. 176-177. (in Russian).
3. Ivanova T.B., Zhuravleva E.A. (2010). Dominant Types of Corporate Culture. *Vestnik PFUR*, 4, pp. 110-111. (in Russian).
4. Kameron K.S., Kuinn R.E. (2001). Diagnostika i izmenenie organizatsionnoj kul'tury sluzhby. [*Diagnosis and change in the organizational culture of the service.*] Saint Petersburg: Peter, p. 320.
5. (n.d.). *Code of Corporate Ethics of Sberbank*. [online] Available at: http://file:///C:/Users/user/Downloads/corporate_ethics_code.pdf (in Russian).
6. Malinovskij A.A. (2008). Code of professional ethics: the concept and legal meaning of service. *Journal of Russian Law*, 4, p. 40. (in Russian).
7. Meshkov A.Ju. (2014). Groups of methods of formation of corporate culture of service. *Herald of SUSU*, 4(6), p. 94. (in Russian).
8. Sberbank (n.d.). *Site of PJSC "Sberbank"*. [online] Available at: <http://www.sberbank.com/ru/index> (in Russian).
9. Fedotova P.Ja. (2011). Mechanisms for the introduction of the principles of due morality in the practice of public service. *Sociology of power*, 2, p. 159. (in Russian).
10. Rostelecom (n.d.). *The ethical code of OJSC Rostelecom*. [online] Available at: https://moscow.rt.ru/data/doc/The_Code_of_Ethics_Roste-lecom_ru.pdf (in Russian).