

УДК 338.22
ББК 65.012.1**А. П. Стерхов**
кандидат технических наук, доцент,
Иркутский государственный технический университет**ПОВЫШЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА
ЧЕРЕЗ ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ***

В связи с развитием в российском деловом сообществе института корпоративной культуры представляется актуальной задача использования данного фактора в качестве дополнительного ресурса для обеспечения безопасности инновационного бизнеса. Приводится авторская трактовка культуры безопасности бизнеса, дается ее связь с корпоративной культурой и корпоративной социальной ответственностью. Приводится схема влияния корпоративной культуры на безопасность бизнеса. Рассмотрение кодексов этики ведущих отечественных и зарубежных компаний показало, что часто они имеют разный формат, разный стиль, а бывает, что выполняют и разные задачи. Из этого делается важный вывод: важнейшей задачей кодекса корпоративной этики является установка приоритетов в отношении целевых групп и путей согласования их интересов. В статье сформулированы основные мотивы для внедрения внутрикорпоративных стандартов; дается несколько подходов для определения корпоративной социальной ответственности. Делается вывод о том, что все действия, совершаемые предпринимателем в бизнесе, должны иметь понятную мотивацию и соотноситься с его главной целью. Даже обладая самой совершенной системой обеспечения безопасности, компания будет уязвима, если в ней нет ясного понимания, куда она стремится и зачем.

Ключевые слова: безопасность бизнеса; инновационный бизнес; культура безопасности бизнеса; корпоративная культура; кодексы корпоративной этики; корпоративная социальная ответственность; социальный аудит.

A. P. Sterkhov
*PhD in Technical Sciences, Associate Professor,
Irkutsk State Technical University***INCREASING INNOVATIONAL BUSINESS SECURITY
BY FORMING CORPORATE CULTURE**

Due to the fact that corporate culture is developing extensively in Russian business community, the matter of using this factor as a supplementary resource for guaranteeing security of innovational business is now of current importance. The author proposes his own interpretation of business security culture, explains its relation to corporate culture and corporate social responsibility, and describes the way corporate culture affects business security. The study of national and foreign companies' codes of ethics shows that they often have different format, style and, sometimes, have differing tasks, which results in a conclusion that the key task of a corporate code of ethics is to determine priorities in dealing with target groups and ways of coordinating their interests.

The article discusses major reasons for introduction of intra-corporate standards; it also suggests several approaches to defining corporate social responsibility. The author comes to the conclusion that all actions undertaken by a businessman should be based on clear motivation and correlate with his ultimate goal. Even with a most advanced security system the company will be vulnerable if its personnel have no clear understanding what the company is labouring for and why.

Keywords: business security; innovation business; culture of business security; corporate culture; codes of corporate ethics; corporate social responsibility; social auditing.

* Данная публикация является продолжением цикла работ автора, посвященных комплексному обеспечению безопасности бизнеса в целом и инновационного бизнеса в частности.

В работах автора [4; 5] были раскрыты особенности обеспечения безопасности бизнеса в целом, а в [2; 6] рассмотрены основные способы обеспечения безопасности, характерные для инновационного предпринимательства. В связи с развитием в российском деловом сообществе института корпоративной культуры представляется актуальной задача использования данного фактора в качестве дополнительного ресурса для обеспечения безопасности инновационного бизнеса.

Анализ деятельности российских компаний показывает, что в настоящее время основным источником финансовых поступлений для России является экспорт природного сырья и продукции с низким уровнем передела. Россия фактически утрачивает свой научно-технический потенциал, экономика остро нуждается в модернизации. Для устранения экономических угроз необходим переход экономики на инновационный путь развития, который требует серьезных изменений во многих направлениях деятельности государства и общества. Меры, принимаемые в настоящее время государством для поддержки и стимулирования инновационной деятельности, пока еще не привели к качественному изменению ситуации. Именно этим определяется практическая значимость поставленной проблемы.

Под культурой безопасности бизнеса будем понимать основу мировоззрения (систему ценностей), традиции (нормы, правила поведения), а также предметные результаты деятельности людей (мероприятия, средства, способы, объекты), которые направлены на устранение и минимизацию предпринимательских рисков, опасностей и угроз в соответствии с их значимостью для бизнеса. Культура безопасности бизнеса является комплексным понятием. Она формируется как по линии организаций путем той или иной деятельности, так и по линии отдельных лиц через те или иные действия (рис.).



Влияние корпоративной культуры на безопасность бизнеса

Культура безопасности бизнеса напрямую связана с культурой бизнеса (или с корпоративной культурой), под которой мы будем понимать набор поддерживаемых организацией основополагающих ценностей, стандартов и убеждений, а также этических норм, верований и ожиданий, которые бездоказательно принимаются большинством сотрудников, задают людям ориентиры их деятельности и определяют способ объединения и согласованность действий руководителей, структурных единиц и отдельных сотрудников.

Корпоративную культуру мы рассматриваем как дополнительный ресурс для обеспечения безопасности бизнеса в целом и инновационного бизнеса частности.

Выражение «культура безопасности бизнеса» относится к общему понятию приверженности и личной ответственности всех лиц, занимающихся любой деятельностью, которая влияет на безопасность конкретного субъекта экономической деятельности. Одновременно устанавливается и реализуется политика, не только обеспечивающая осуществление реальной практики, но и создающая атмосферу осознания необходимости обеспечения самой корпоративной безопасности. Устанавливаются четкие границы ответственности и линии связи; разрабатываются обоснованные руководства, инструкции и регламенты; обеспечивается строгое выполнение этих внутренних нормативных документов; проводится внутренняя экспертиза деятельности, связанной с безопасностью бизнеса.

Культура безопасности бизнеса касается как сферы отношений, так и структурной сферы организации. При этом она в равной степени относится и к организациям, и к личности.

Структурный аспект культуры корпоративной безопасности включает в себя организационные мероприятия по комплексной безопасности бизнеса, которые обычно описываются как система управления корпоративной безопасностью.

Во исполнение принципов культуры безопасности бизнеса в компании должна быть предусмотрена система поощрений и наказаний.

Обязанности по формированию культуры безопасности бизнеса должны быть распределены практически между всеми структурными подразделениями предприятия. Однако главная нагрузка при этом ложится на кадровую и юридическую службу и службу безопасности компании.

Организации, реализующие современную культуру безопасности бизнеса, полностью воспринимают идею непрерывности совершенствования и применяют эту концепцию к показателям безопасности. Большое внимание в этих организациях уделяется вопросам общения, подготовки персонала, стилю руководства, повышению продуктивности и эффективности. Каждый в организации имеет возможность внести в это свой вклад. Персонал понимает влияние поведенческих мотивов на безопасность, предпринимаются меры к улучшению поведения. Основные особенности таких организаций приведены в работе [1].

Для корпоративно безопасной организации, прежде всего, характерна степень важности следующих элементов корпоративной культуры:

- солидарность, единый корпоративный дух;
- социальная ответственность сотрудников и менеджмента организации;
- восприятие организации как «родного дома», а работы — как «жизни в организации»;
- мониторинг угроз корпоративной безопасности организации и организация превентивной деятельности;
- специально организованная профессиональная деятельность по обеспечению корпоративной безопасности.

В [3] нами была рассмотрена роль бизнеса в общественном развитии и корпоративная социальная ответственность.

Разработка кодексов этики и реализация процесса социального аудита — это новый подход в практике бизнеса. Первопроходцами в области социального аудита были такие организации, как Организация новой экономики в Великобритании и Копенгагенский центр в Дании.

Изучение кодексов этики ведущих отечественных и зарубежных компаний показало, что часто они имеют разный формат, разный стиль, а бывает, что выполняют и разные задачи. Хотя именно от поставленных задач зависит, каким будет этот документ, и как он будет работать в конкретной компании.

Социальный аудит — это систематический, внешний, поддающийся контролю аудит, которым компания оправдывает свои этические, социальные и общественные обязательства. Он контролирует общественные и социальные результаты компании таким же способом, что и финансовый аудит подтверждает финансовые результаты компании.

Причиной появления кодексов корпоративной этики явились возникающие этические проблемы в бизнесе. Бизнес включает в себя экономические отношения между многими группами людей, которые, зачастую, могут выдвигать противоречивые требования. Поэтому важнейшей задачей кодекса корпоративной этики является установка приоритетов в отношении целевых групп и путей согласования их интересов.

Корпоративная этика является составной частью корпоративной культуры, поэтому кодексы корпоративной этики являются значимым фактором развития корпоративной культуры. Структурно они содержат, как правило, идеологическую и нормативную часть. Идеологическая часть обычно содержит миссию, цели и ценности организации. Можно отметить, однако, что эти идеологические составляющие корпоративной этики могут быть оформлены и самостоятельно (не в структуре кодекса).

Все сотрудники должны четко понимать, для чего существует их фирма, какой она станет в ближне-, средне- и долгосрочной перспективе, и что конкретно они получают в случае успешного развития предприятия.

Под миссией компании обычно понимается смысл существования, основная цель деятельности, некое высшее предназначение; роль, которую компания намерена играть на рынке. То есть миссия компании должна быть направлена наружу, на общество, вне компании. Миссия для бизнеса имеет такое же значение, как смысл жизни для человека или национальная идея для государства. Без миссии почти невозможно наладить должную координацию в компании, вследствие чего в бизнес-процессах происходят частые сбои.

Под видением же обычно понимается мечта. Это представление руководителей и собственников о компании в будущем. Это идеал или мечта, которую компания стремится осуществить. Видение должно вносить ясность в представление о целях и направлении движения компании. Основу видения должны составлять цели, которые компания ставит перед собой, чтобы перейти в желаемое состояние.

Следующим важным аспектом идеологической составляющей корпоративной этики являются ценности компании. Ценности компании являются ядром корпоративной культуры. Именно на их основе разрабатываются нормы и формы поведения в организации. Не столько декларируемые, сколько разделяемые сотрудниками ценности, формируют нравственные ориентиры и обеспечивают достижение целей организации. Сколь угодно долго можно говорить о качественном обслуживании клиентов, но его не будет никогда, если в основе деятельности организации будет лежать принцип сиюминутной выгоды, а не долгосрочного сотрудничества.

Именно поэтому в основе философии бизнеса должны лежать не столько деньги клиента, сколько его доверие к фирме. Как отмечают специалисты, около 80 % прироста капитала и 20 % основного капитала зависят от хорошо изученной, отлаженной и развивающейся корпоративной культуры предприятия.

При этом важно отметить, что не существует какого-то единого корпоративного стандарта, хотя некоторые попытки создания стандартизованных норм уже ведутся.

Возникает законный вопрос: зачем нужны внутрифирменные стандарты? Если рассматривать систему внутренних корпоративных стандартов как последовательность рекомендуемых к исполнению несложных действий на основе требований для персонала в области культуры безопасности бизнеса, это поможет:

- создать и воспроизвести лучшие приемы работы с клиентами, коллегами, поставщиками и прочее;
- повысить эффективность рабочих процессов;
- предотвратить типовые ошибки и конфликты;
- максимально упростить действия сотрудников в ситуациях, допускающих варианты поведения;
- сократить срок адаптации новых сотрудников;
- создать благоприятную обстановку в коллективе;
- снизить усталость персонала и повысить качество работы;
- сделать компанию узнаваемой;
- заложить основы корпоративной культуры.

Внутренние должностные регламенты призваны сделать работу сотрудников проще и эффективнее, поскольку они описывают не только что нужно делать в той или иной ситуации, но и как это делать.

Не существует единого мнения о том, какие именно документы должны входить в комплект внутрикорпоративного стандарта. Здесь все зависит от масштабов бизнеса, его амбиций, планов и философии владельцев.

В настоящее время многие руководители и собственники бизнеса понимают, что продуманная корпоративная идеология является важным фактором стабильной и безопасной работы. Под самим термином «корпоративная идеология» будем понимать совокупность идей и взглядов, выражающих интересы и отношение бизнеса к себе, обществу, отдельным социальным группам и другим стейкхолдерам. Стейкхолдерами будем называть тех лиц, которые оказывают влияние (как позитивное, так и негативное) на нас и на нашу организацию, на которых оказывает влияние (как позитивное, так и негативное) работа нашей организации и которые находятся в прямом либо косвенном контакте с нами [3]. Это отношение определяет нормы поведения компании на рынке и в обществе. С другой стороны, корпоративная идеология, как система ценностных установок, норм и принципов поведения, объединяет сотрудников компании для достижения общих целей и становится конкурентным преимуществом на рынке.

Еще не так давно никто не говорил о прозрачности российских компаний, а также их стратегий социального участия. Сегодня же понятия корпоративной социальной ответственности, социального участия прочно входят в нашу жизнь и становятся частью новой философии и практики бизнеса.

Европейский подход дает следующее определение корпоративной социальной ответственности: «Корпоративная социальная ответственность — это интеграция в практику бизнеса таких элементов, как условия труда, права человека, интересы общества и потребности рынка»¹.

¹ URL : <http://www.csreurope.org/>.

Подход Еврокомиссии, зафиксированный в специальном Коммюнике, под социально ответственной компанией понимает компанию, которая в своей деятельности руководствуется этическими и корпоративными нормами, стандартами и правилами, вносит вклад в развитие экономики страны, в том числе улучшает качество жизни своих сотрудников и их семей, местного сообщества и общества в целом.

При этом понимается, что социально ответственный бизнес — это:

- ответственный работодатель;
- ответственный деловой партнер;
- ответственный гражданин;
- благотворитель.

Главными аспектами корпоративной социальной ответственности являются права человека, права работников, интересы общества и окружающая среда.

Другой взгляд на рассматриваемую проблему связан с позицией Всемирного Банка, для которого социальная ответственность — это развитие собственного производства, подразумевающего выпуск качественных товаров, не наносящий вред окружающей среде и человеку, плюс создание новых рабочих мест и подготовка кадров. Данное определение, на наш взгляд, полностью согласуется со стратегией устойчивого развития и имеет право на жизнь. При этом Всемирный совет по устойчивому развитию (WBCSD) дает следующее определение¹: «Корпоративная социальная ответственность — это приверженность бизнеса концепции устойчивого экономического развития в работе со своими сотрудниками, их семьями, местным населением, обществом в целом с целью улучшить их качество жизни».

Отсюда можно сделать важный вывод: на практике термины устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности практически эквивалентны. Они предполагают идентичные обязательства и действия.

Следует отметить, что безопасность ведения бизнеса, финансовая устойчивость компании, ее конкурентные преимущества тесно связаны с лояльностью ее работников по отношению к компании и ее руководству. Лояльность работника, в свою очередь, формируется под влиянием отсутствия противоречий между личными ценностями работника и ценностями, принятыми в организации, а также принятием работником основных целей организации и ее руководителей.

Комплекс системы ценностей, существующих в компании, вместе с системой отношений составляет корпоративную культуру, на основе которой формируется имидж компании.

Корпоративная культура существует во всех организациях, вне зависимости от того, осознают ее сами носители или нет. При этом существующая в организации культура может иметь как положительные, так и отрицательные характеристики для обеспечения ее безопасности.

Внедрение норм корпоративной культуры может происходить как стихийно, так и через закрепление в письменном виде путем внедрения и культивирования системы ценностей компании, лежащих в основе позитивной корпоративной культуры. Практика показывает, что второй путь для обеспечения безопасности бизнеса является наиболее перспективным.

Таким образом, мы приходим к выводу, что все действия, совершаемые предпринимателем в бизнесе, должны иметь понятную мотивацию и соотноситься с его главной целью. Даже обладая самой совершенной системой обеспечения безопасности, компания будет уязвима, если в ней нет ясного понимания, куда она стремится и зачем.

¹ URL : <http://www.wbcsd.org/>.

И, наконец, необходимо, чтобы знания, умения и навыки безопасного поведения, связанные в единую систему, привели к формированию компетентности (компетентность — это готовность к решению любых практических и теоретических задач в жизни) в том числе и в области культуры безопасности.

Список использованной литературы

1. Культура безопасности : учеб. пособие / под ред. С. П. Соловьева. — Киев : Министерство топлива и энергетики Украины, 2005. — 63 с.
2. Стерхов А. П. Инновационные риски и разрабатываемые на их основе способы обеспечения безопасности предпринимательства / А. П. Стерхов // Вестник Иркутского государственного технического университета. — 2013. — № 1 (72). — С. 174–178.
3. Стерхов А. П. Модельный кодекс этики и социальный аудит : учеб. пособие / А. П. Стерхов. — Иркутск, 2005. — 60 с.
4. Стерхов А. П. Комплексная безопасность бизнеса и основные проблемы ее обеспечения / А. П. Стерхов // Вестник Иркутского государственного технического университета. — 2012. — № 11 (70). — С. 270–278.
5. Стерхов А. П. Разработка концепции обеспечения комплексной безопасности бизнеса / А. П. Стерхов // Вестник Иркутского государственного технического университета. — 2012. — № 10 (69). — С. 322–330.
6. Стерхов А. П. Разработка политики обеспечения комплексной безопасности бизнеса на основе базовых принципов функционирования субъектов инновационной деятельности / А. П. Стерхов // Вестник Иркутского государственного технического университета. — 2012. — № 12 (71). — С. 270–275.

References

1. Solov'eva S. P. (ed.) *Kultura bezopasnosti* [Security culture]. Kiev, Ministerstvo topliva i energetiki Ukrainy Publ., 2005. 63 p.
2. Sterkhov A. P. Innovation risks as a basis for developing methods to ensure business safety. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta – Vestnik of Irkutsk State Technical University*, 2013, no. 1 (72), pp. 174–178 (in Russian).
3. Sterkhov A. P. *Modelnyy kodeks etiki i sotsialnyy audit* [Model code of ethics and social audit]. Irkutsk, 2005. 60 p.
4. Sterkhov A. P. Complex business safety and its major ensuring problems. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta – Vestnik of Irkutsk State Technical University*, 2012, no. 11 (70), pp. 270–278 (in Russian).
5. Sterkhov A. P. Developing the concept of ensuring integrated business safety. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta – Vestnik of Irkutsk State Technical University*, 2012, no. 10 (69), pp. 322–330 (in Russian).
6. Sterkhov A. P. Elaboration of complex business safety policy based on key principles of innovative entity operation. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta – Vestnik of Irkutsk State Technical University*, 2012, no. 12 (71), pp. 270–275 (in Russian).

Информация об авторе

Стерхов Анатолий Петрович — кандидат технических наук, доцент, директор Центра взаимодействия с работодателями и ассоциацией выпускников, Иркутский государственный технический университет, 664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83, e-mail: rabota@istu.irk.ru.

Author

Sterkhov Anatoliy Petrovich — PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Head of the Center of Cooperation with Employers and Association of ISTU Graduates, Irkutsk State Technical University, 83 Lermontov st., Irkutsk, 664074, Russia, e-mail: rabota@istu.irk.ru.