



ОКРУЖАЮЩАЯ ЭТИЧЕСКАЯ СРЕДА

Во все времена встречались оригиналы, которые, начисто позабыв об окружающей среде, собирались возить в Тулу самовары, сажать кукурузу на Таймыре и яблони на Марсе. Отношения к бизнесу они наверняка не имели. Потому что бизнесмены – люди практичные и без учёта окружающей среды решений никогда не принимают. Если им предлагают строить мебельный цех на Суматре, то они сразу прикидывают, во что обойдутся кондиционеры. Если сулят колоссальные доходы от ввоза леса из Мьянмы, то их обязательно сопоставят с колоссальными расходами на взятки. Среда может быть любой – агрессивной или дружелюбной, криминальной или законопослушной, но, делая окончательный выбор между «Готовьте контракт!» и «Оно мне надо?», бизнес всегда примет во внимание каждую из особенностей своего будущего окружения.

К чему я это всё? Между нами, мебельщиками, всё это я к тому, что у нашего отраслевого бизнеса недавно появился кодекс деловой этики, в преамбуле которого окружающей среде уделено самое пристальное внимание: «Кодекс – это взаимодействие со многими организациями и учреждениями, такими, как органы власти разных уровней, предприятия сообщества, организации образования и культуры». Появление этого документа даёт нам отличный повод разобраться в причинах, породивших стремление мебельщиков вообще и российских в частности поскорее кодифицировать деловую этику. Что это – временная мода на политкорректность или итог длительного воздействия на бизнес неких перемен в окружающей его среде?

ЭТИКА ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО УПОТРЕБЛЕНИЯ

Когда в мебельной фирме «Пфистер» обсуждались основы «Кодекса честной торговли», то немало сотрудников заявили, что чувствуют себя оскорблёнными. Их возмутил сам факт обсуждения преимуществ честности внутри добропорядочной швейцарской компании – это было то же самое, что доказывать преимущества христианской морали братству францисканских монахов. Возмущение улеглось лишь после того, как аудиторию объяснили, что идея «узаконить» этические нормы вызвана расширением деловых связей «Пфистера» со странами Ближнего Востока. За проект проголосовали все.

Ну, а если вопросы этики рассматривают не для внешнего, а для чисто внутреннего употребления? Как тогда голосовать – за или против? Общего мнения по этому вопросу нет. Скажем, новенький (март 2006 года) кодекс Альянса бельгийских текстильщиков был принят единогласно. А вот мебельщики Британии демонстрируют своё полное единство с окружающей средой, считая, что их отрасли следует безо всяких особых кодексов жить по тем же правилам, что и прочим англичанам.

Этот оптимистический взгляд на окружающую этическую среду разделяют и многие другие ассоциации, так что бельгийцы, кодифицировавшие отраслевую этику, остаются в меньшинстве. Зато среди тех, кто не испытывает необходимости в кодексах, – и скандинавы, и американцы с канадцами, и Япония с Китаем, и практически вся Юго-Восточная Азия. Когда я однажды спросил тайландских производителей MDF, существуют ли у их мощного отраслевого объединения TWBA свои этические нормы, то мой вопрос просто не был понят: мне стали рассказывать, как тщательно соблюдаются членами TWBA все детали патентного и природоохранного законодательства. Очевидно, у тайцев под деловой этикой подразумевалось только это – соблюдение законов.

Здесь следует оговориться, что предыдущий абзац относится исключительно к практике отраслевых объединений – т. е. к той среде, где бизнесмены чувствуют себя, как рыбы в воде. Совсем иная картина наблюдается на уровне корпораций и отдельных фирм: там разработка этических кодексов превратилась в ярко выраженную тенденцию. Любопытно, что её самыми горячими приверженцами стали компании из высокоразвитых стран, где кодексы ассоциаций, как правило, отсутствуют. В Швеции, например, появился успешный с 2000 года стиль классикой жанра «Путь ИКЕА», а в США подробные рекомендации по разработке фирменных «этических хартий» в прошлом году даже попали в двадцатку самых раскупаемых пособий для бизнеса.

Противоречие между сдержанностью, с которой относятся к нормам этики в ассоциациях, и энтузиазмом, с которым этические кодексы принимаются их рядовыми членами, имеет своё объяснение. В эпоху глобальной кооперации эти рядовые фирмы, часто встречающиеся с нестандартным для западной этики поведением (а то и с отрицанием деловой этики как таковой), тоже нередко чувствуют себя, как рыбы, – только не в воде, а на совершенно чуждой им суше. Этические кодексы служат фирмам своего рода кондиционерами, создавая мотивировочные предпосылки к нахождению общего языка между партнёрами: раз вы отныне работаете с нами, то ваш образ действий должен соответствовать тому, что принят в ИКЕА. Или в «Пфистере». Или в любой другой уважаемой компании со сложившимися традициями. Неудивительно, что заметная доля фирменных этических кодексов сразу же переводится на «партнёрские» языки – фарси, хинди, турецкий, вьетнамский, суахили и т. д.

Совершенно иная причина обусловила рост интереса, проявляемого к деловой этике крупными транснациональными корпорациями. До недавних пор их образ действий определялся только погоней за прибылью. Но бесчисленные иски, выигранные независимыми СМИ в независимых



судах после обвинений корпораций в отравлении детей, уничтожении природы и содействии палаческим режимам, сопровождались таким падением корпоративного имиджа, что этическими кодексами срочно начал вооружаться один гигант за другим. Их «внешней» задачей было представить себя обществу белыми и пушистыми, «внутренняя» же чаще всего сводилась к императиву: «Сор из избы не выносить!»

Иммунитет перед изменениями в окружающей среде постепенно исчезает и на самом «верхнем этаже» – у ассоциаций. Как видно из примера Бельгии, внутри отраслевых объединений тоже начинают происходить определённые сдвиги в «этическую сторону». Если на фирмы влияет расширение международных контактов, а на корпорации – ужесточившийся контроль общества, то на ассоциации – перемены в демографической структуре. Наплыв иммигрантов привносит в правила поведения, привычные для европейцев, американцев, австралийцев, иную культуру делового общения, иной менталитет. В подобных случаях нормы отраслевой этики выполняют функции модератора, обеспечивая принципы взаимодействия, равно приемлемых для всех членов ассоциации, к каким бы землячествам они ни принадлежали.

А НАМ ЗАЧЕМ КОДЕКС?

Какой из перечисленных процессов сделал разработку российского «Кодекса» актуальной, предопределив для него соответствующую роль? Между нами, мебельщиками, говоря, – ни один из них.

Кодекс-кондиционер, предупреждающий возникновение поведенческих конфликтов за рубежом, нам вряд ли нужен: ни аутсорсинг, ни создание заморских филиалов у нас пока, за редчайшими исключениями, не практикуются.

Кодекс-модератор между различными культурами поведения? В этом плане мебельная промышленность России достаточно монолитна, унаследовав всё то лучшее, что в былые времена связывалось с поняти-

ем «дружба народов». Смешно переводить наш кодекс на татарский, карельский или, скажем, коми: при полной общности моделей делового поведения такая роскошь была бы явно излишней. Правда, в последние годы на российской земле появляется всё больше иностранных фирм, но и с ними никаких этических проблем не возникает. Во всяком случае, у мебельщиков.

В общественном имидже белого и пушистого зверька наши мебельщики тоже не нуждаются. Не стану наделять каждого из них нимбом святого, но за весь период варварского перекроя отечественной экономики они не запятнали себя ни уводом казённых миллиардов за рубеж, ни скупкой краденого, ни соучастием в бандитских операциях. У нас хорошая, честная отрасль. Пусть и не «стратегическая». Но кто из лидеров отраслей, считающихся у нас стратегическими, хоть в малой степени обязан процветанием своему общественному имиджу? Да никто! Вот имидж в глазах власти – это совсем другое дело, ради него «стратегии» то и дело совершаются деяния, которые, заинтересуясь ими угрозыск, могли бы составить в его истории увлекательнейшую главу.

Так что белизны нашей отрасли не занимать – на подобном фоне она и так давно уже выглядит белой вороной. Возможно, первопричина появления проекта кроется именно в этом? Что ж, стремление кодифицировать отношения со столь своеобразной «окружающей средой» вполне оправданно. Вот только примет ли эта самая среда нормы «взаимодействия со многими организациями и учреждениями», где одним из пунктов предусмотрены «усилия по устранению в обществе любых действий или бездействия, которые могут принести вред людям»? До сих пор в особом внимании к людям наши учреждения и организации замечены как-то не были. Впрочем, всё меняется в этом лучшем из миров, не так ли?

Р. Горчаков



Рис. Д. Непомнящего