А. В. Рассадин

ООО «БСХ Бытовые Приборы», Санкт-Петербург

COMPLIANCE В КОММУНИКАЦИЯХ

Чтобы правильно понять термин compliance применительно к бизнесу, проще всего ввести его антоним — misconduct, «ненадлежащее, неправомерное поведение, должностной проступок (преступление)». Таким образом, compliance следует определять, напротив, как надлежащее, правомерное поведение (исполнение обязанностей).

Глобальная корпорация, независимо от места расположения штаб-квартиры и биржи, на которой размещены её ценные бумаги, должна соблюдать в своей деятельности законы всех государств, на территории которых она ведёт свою деятельность. Совмещать различные требования сложно, поэтому бизнес старается унифицировать стандарты compliance. Наиболее широкое распространение получил Глобальный договор ООН — United Nations Global Compact, к которому присоединилось уже более 8 000 компаний из 145 стран. Компании также могут быть ограничены соглашениями, договорами, стандартами, а также локальными нормативными актами. Часто требования по соблюдению норм предъявляются и к контрагентам.  
Compliance — это сфера управления рисками, что связывает её с коммуникациями и ставит перед профессиональным коммуникатором следующие задачи (функции compliance-коммуникаций): образовательную, антикризисную, информирующую, управленческую и нормативную.  
Важную роль во внутренних compliance-коммуникациях играют тренинги и наглядная агитация. Важно также воспитывать в коллективе «адептов compliance».

Во внешних коммуникациях главное — чтобы все стейкхолдеры компании осознавали, как она понимает и соблюдает compliance, но при этом не боялись, что compliance помешает взаимополезному диалогу.  
От коммуникаторов compliance требует владения нормативно-правовой базой, регулирующей их профессиональную деятельность. Среди важнейших норм: ГК РФ, в особенности его IV часть, законы «О СМИ» и «О рекламе». Нелишним будет также иметь представление о правовом регулировании случаев нанесения ущерба деловой репутации, оскорбления, клеветы, диффамации, унижения чести и достоинства.

«Комплаентные» коммуникации — это высокая ответственность, но и их результат — непререкаемый авторитет и незапятнанную репутацию компании — трудно переоценить.