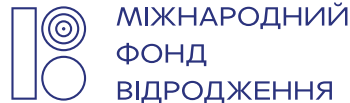


**§§ БІЗНЕС ТА ВИКРИВАЧІ:
ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТОЧНОГО
СТАНУ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ
ПОВІДОМЛЕННЯ В ПРИВАТНИХ
КОМПАНІЯХ УКРАЇНИ**





Дослідження було видано в межах «Ініціативи з розвитку аналітичних центрів в Україні», яку виконує Міжнародний фонд «Відродження» у партнерстві з Ініціативою відкритого суспільства для Європи (OSIFE) за фінансової підтримки посольства Швеції в Україні. Думки та позиції викладені у цій публікації є позицією авторів та не обов'язково відображають позицію посольства Швеції в Україні, Міжнародного фонду «Відродження» та Ініціативи відкритого суспільства для Європи (OSIFE).

УДК 343.123.5:005.71(477)

Білецький А. Бізнес та викривачі: дослідження поточного стану впровадження системи повідомлення в приватних компаніях України. – Київ: ТОВ РЕД ЗЕТ, 2022. – 24 с.

ISBN 978-617-95052-9-4

Видавці:

Науковий редактор: Оксана Нестеренко.

Літературне редагування і коректура: Наталія Мінько.

Комп'ютерна верстка: ТОВ РЕД ЗЕТ

© Андрій Білецький – к.ю.н., молодший науковий співробітник Міждисциплінарного науково-освітнього центру протидії корупції НаУКМА;

© Рецензент: Юрій Войціцький

© Міждисциплінарний науково-освітній центр протидії корупції НаУКМА. Усі права захищено.

Наукове дослідження присвячено аналізу стану впровадження системи повідомлення в приватних компаніях України. У роботі досліджено відповіді респондентів-представників приватних компаній щодо мотивації (не) впровадження системи повідомлення, побудови такої системи, результатів функціонування системи повідомлення, ролі системи повідомлення в побудові належної корпоративної культури в їх компаніях.

ЗМІСТ

- ▶ Вступ
- ▶ Впровадження системи роботи з викривачами та мотивація такої діяльності
- ▶ Побудова системи роботи з викривачами
- ▶ Оцінка респондентами роботи системи захисту викривачів
- ▶ Робота комплаєнс-менеджерів з викривачами
- ▶ Культура повідомлення та поваги до викривачів у компанії
- ▶ Висновки



ВСТУП

Викривачі є важливим інструментом виявлення та запобігання правопорушенням не тільки в публічному, але й у приватному секторі. Запобігання будь-яким порушенням і своєчасне їх виявлення всередині компанії допоможуть уникнути санкцій з боку держави та репутаційних втрат. Провідні світові приватні компанії вже давно зрозуміли важливість внутрішньої системи повідомлення про правопорушення. Чи наявна така система в українському бізнесовому середовищі?

Національне агентство з питань запобігання корупції активно розбудовує інститут викривачів в органах влади та юридичних особах публічного права, але поза увагою залишається робота з викривачами в приватних компаніях, оскільки на юридичних осіб приватного права не поширюються обов'язки щодо роботи з викривачами, передбачені Законом України «Про запобігання корупції». Припускаємо, що така діяльність усе одно проводиться.

Попередні дослідження, присвячені проблематиці діяльності викривачів у приватному секторі, хоча і є, але мають фрагментарний і описовий характер, їм бракує детального аналізу роботи приватних підприємств з викривачами.

Маємо зазначити, що в цьому дослідженні ми використовуємо широку дефініцію поняття «викривач» – це особи, які розголошують інформацію про корупцію чи інші правопорушення, вчинені в організації або організацією, фізичним або юридичним особам, які можуть запобігти та/або протидіяти таким діям – спеціально уповноваженим особам у самій організації, відповідним уповноваженим органам влади чи громадськості¹. Попри наявний у національному законодавстві підхід до захисту лише викривачів корупції, приватний сектор схильний до застосування механізмів та гарантій захисту викривачів будь-яких правопорушень, які можуть завдати шкоди організації, незалежно від того, вчиняються вони всередині компанії чи самою компанією².

¹ Whistleblowing. <https://www.transparency.org/en/our-priorities/whistleblowing> (last accessed: 16.12.2021).

² What is whistleblowing: FAQ for companies. <https://cutt.ly/PluAOcV> (last accessed: 16.12.2021).

Отже, метою цієї роботи є дослідження стану впровадження механізмів повідомлення і роботи з викривачами в приватному секторі в Україні.

Методологія дослідження передбачає використання кількісних методів – анкетування для збору даних методом стихійної вибірки. **Методологія аналізу даних передбачатиме** використання описового та мультиваріативного (пошук взаємозв'язку між різними змінними/питаннями) статистичних методів.

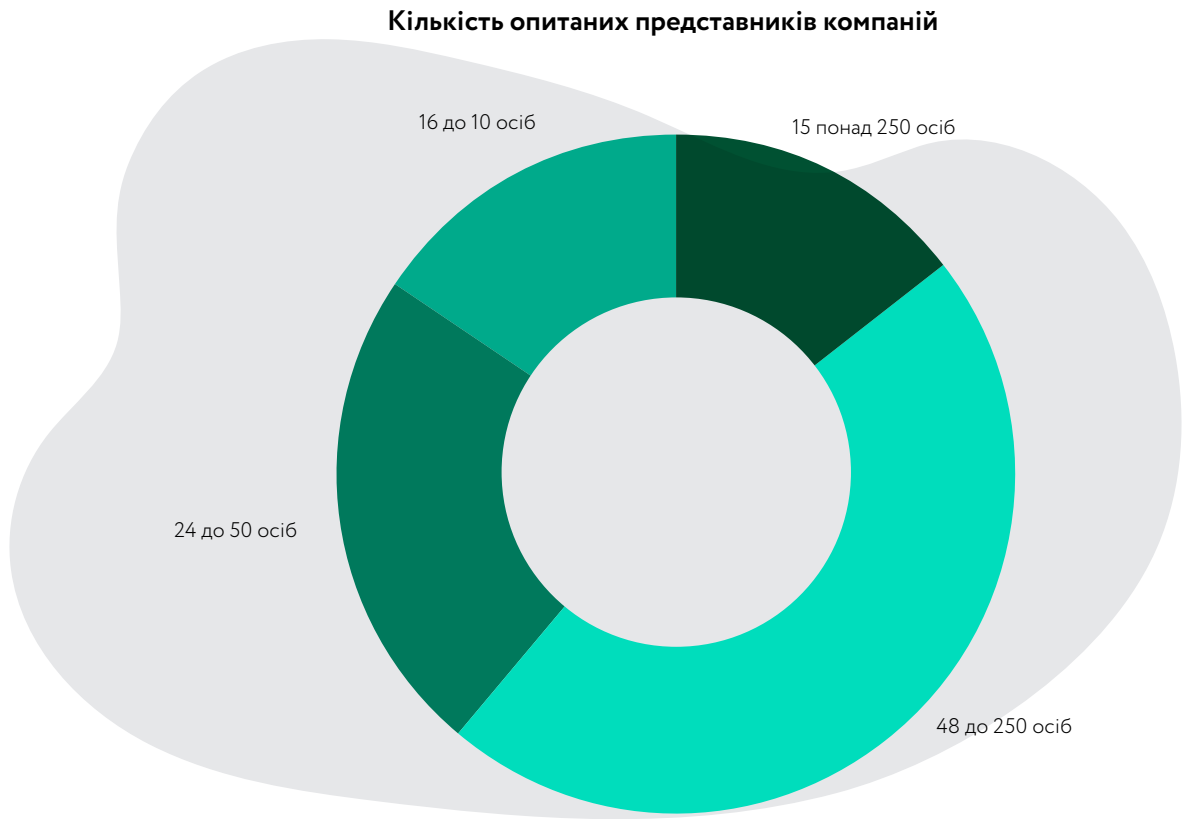
Дослідженням було охоплено приватні компанії з різних сфер діяльності, з різною кількістю найманого персоналу (малі – до 10 осіб, середні – до 50 осіб, великі – від 100 осіб). Опитування було спрямовано виключно на представників компаній, які мають глибоке розуміння комплаєнс-процедур у їхній компанії, а саме на:

- ▶ представників керівних органів компанії (правління, наглядова рада, партнер);
- ▶ представників виконавчих органів (виконавчий директор, адміністративний директор, їхні заступники);
- ▶ представників фінансових відділів (фінансовий директор та його заступники, головний бухгалтер та його заступники, бухгалтер);
- ▶ керівників, заступників керівника та/або співробітників HR-відділів, юридичних відділів, відділів комплаєнсу.

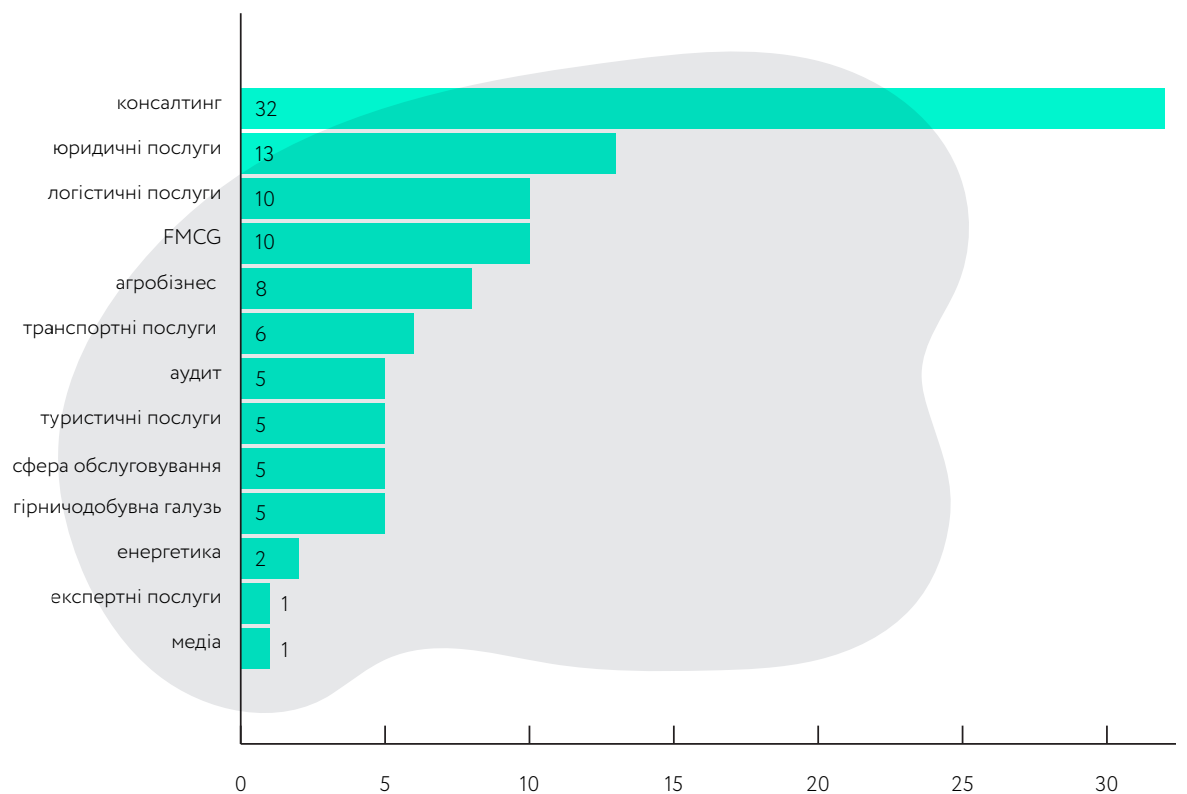


БІЗНЕС ТА ВИКРИВАЧІ

У межах проведеного дослідження опитано 103 представники приватних компаній:



Опитування охоплює такі сфери діяльності приватних компаній:



ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ РОБОТИ З ВИКРИВАЧАМИ ТА МОТИВАЦІЯ ТАКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Отримані дані свідчать про те, що 77 % респондентів вказують, що в їхніх компаніях наявна система роботи з викривачами (затверджені належним чином політики, канали повідомлення, механізми заохочення і захисту тощо).

Аналіз відповідей представників різних компаній дає змогу стверджувати, що середній (до 50 або 250 осіб) та великий бізнес (понад 250 осіб) більш схильний до впровадження системи роботи з викривачами.

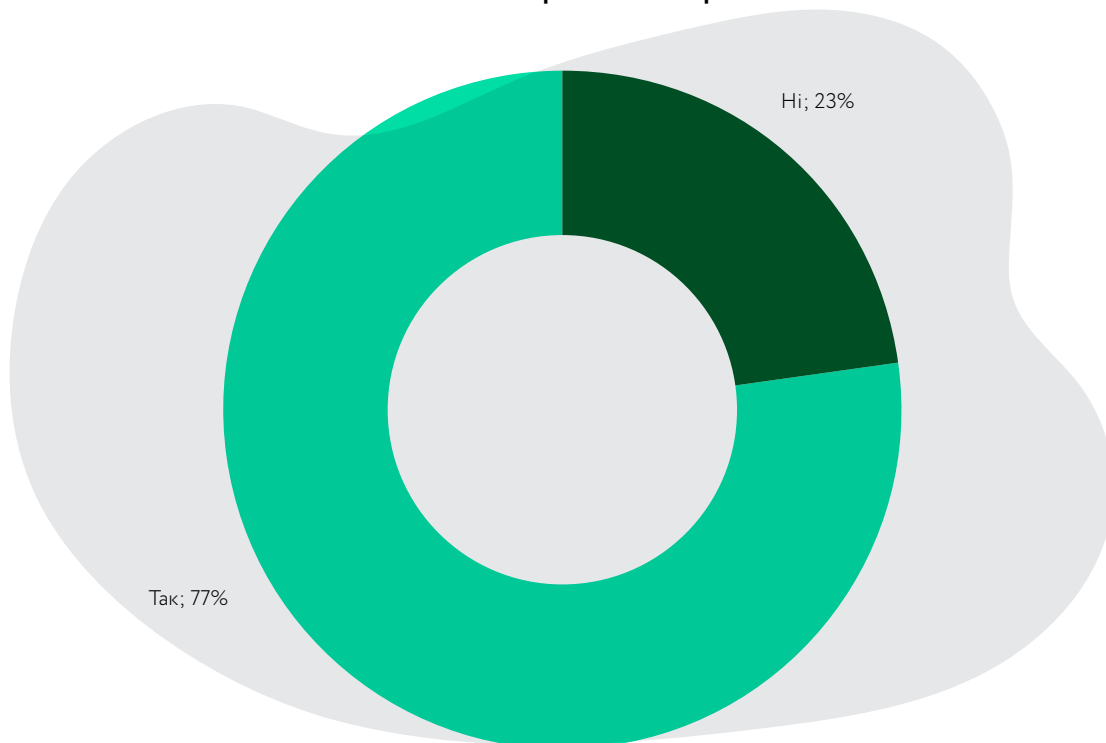
У більшості випадків причинами впровадження системи викривання називають необхідність дотримання міжнародних стандартів, виконання вимог центрального офісу (тобто українська компанія є національним представництвом міжнародної), репутацій-

ні переваги для компанії, вказівку наглядової ради/правління/комплаєнс-служби про необхідність впровадження такої системи. Однак варто наголосити, що серед головних причин впровадження системи викривання не фігурує бажання нівелювати ризики в діяльності своєї компанії, а також виховання корпоративної культури поваги до викривачів.

3 ОСНОВНІ ПРИЧИНИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ РОБОТИ З ВИКРИВАЧАМИ (ЗГІДНО З ВІДПОВІДАМИ РЕСПОНДЕНТІВ)

1. «ВПРОВАДЖЕННЯ БУЛО ЗУМОВЛЕНЕ ВИМОГАМИ ЦЕНТРАЛЬНОГО ОФІСУ, ЯКИЙ РОЗТАШОВАНИЙ ПОЗА МЕЖАМИ УКРАЇНИ»
2. «МИ ВПРОВАДИЛИ СИСТЕМУ РОБОТИ З ВИКРИВАЧАМИ, ОСКІЛЬКИ ЦЕ ЗУМОВЛЕНЕ РЕПУТАЦІЙНИМИ ВИГОДАМИ»
3. «МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ СТАЛИ ОСНОВНОЮ ПРИЧИНОЮ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ РОБОТИ З ВИКРИВАЧАМИ»

Наявність системи роботи з викривачами



Невпровадження системи роботи з викривачами: причини та мотивація

Згідно з результатами опитування, 23 % респондентів не підтвердили наявності в їхніх компаніях/бізнесі системи роботи з викривачами. Більшість із цих респондентів не вбачають у ній потреби. Це можна пояснити невеликою кількістю працівників, роботою виключно на ринках, які не ставлять вимоги due dilligance, або ж відсутністю приводів вважати, що в компанії вчиняються будь-які види порушень.

3 ОСНОВНІ ПРИЧИНИ НЕВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ РОБОТИ З ВИКРИВАЧАМИ (ЗГІДНО З ВІДПОВІДЯМИ РЕСПОНДЕНТІВ)

1. «НЕМАЄ ПОТРЕБИ»
2. «ЧЕРЕЗ НЕЗНАЧНУ КІЛЬКІСТЬ СПІВРОБІТНИКІВ»
3. «НЕ БУЛО ПРИВОДІВ ВВАЖАТИ, ЩО Є ЯКІСЬ ПОРУШЕННЯ»

Зауважимо, що всі респонденти цієї групи основною умовою для впровадження системи роботи з викривачами вказали наявність вигоди для бізнесу. Безумовно, отримання прибутку є для бізнесу головною метою. Представники бізнесу не впевнені, що цей інструмент принесе фінансову вигоду, тому й не поспішають його використовувати.

Варто також звернути увагу на те, що більшість респондентів, які зазначили відсутність системи роботи з викривачами, є представниками малого бізнесу (до 10 осіб), що також вказує на відсутність потреби впроваджувати подібну систему через невелику кількість найманих працівників.



ПОБУДОВА СИСТЕМИ РОБОТИ З ВИКРИВАЧАМИ

Канали повідомлення

Серед найпопулярніших каналів для повідомлення, які впроваджені в компаніях, є:



Найпоширеніші канали повідомлення – телефонні гарячі лінії та електронні поштові скриньки – є легкими у процесі впровадження: на це не потрібно багато часу та значних фінансових витрат. До того ж електронна пошта з доступом тільки у конкретно визначених осіб (комплаєнс-менеджера, керівника відділу внутрішньої безпеки, членів Наглядової ради) сприятиме більшому захисту прав викривачів, оскільки інформація про зміст їхнього повідомлення та їхню особу буде тільки у визначених осіб.

Крім цього, компанії також створюють поштові скриньки (6 %), електронні поштові скриньки з доступом усього керівництва (2 %). Низькі відсоткові показники свідчать про непопулярність цих каналів через дві причини:

- ▶ по-перше, наявність доступу у всього керівництва компанії до електронної пошти, на яку надходять повідомлення викривачів, полегшуватиме ідентифікацію викривача і, як наслідок, можливість тиску на нього;
- ▶ по-друге, не виключатиме можливості встановлення засобів стеження за поштовою скринькою з метою ідентифікації особи викривача.

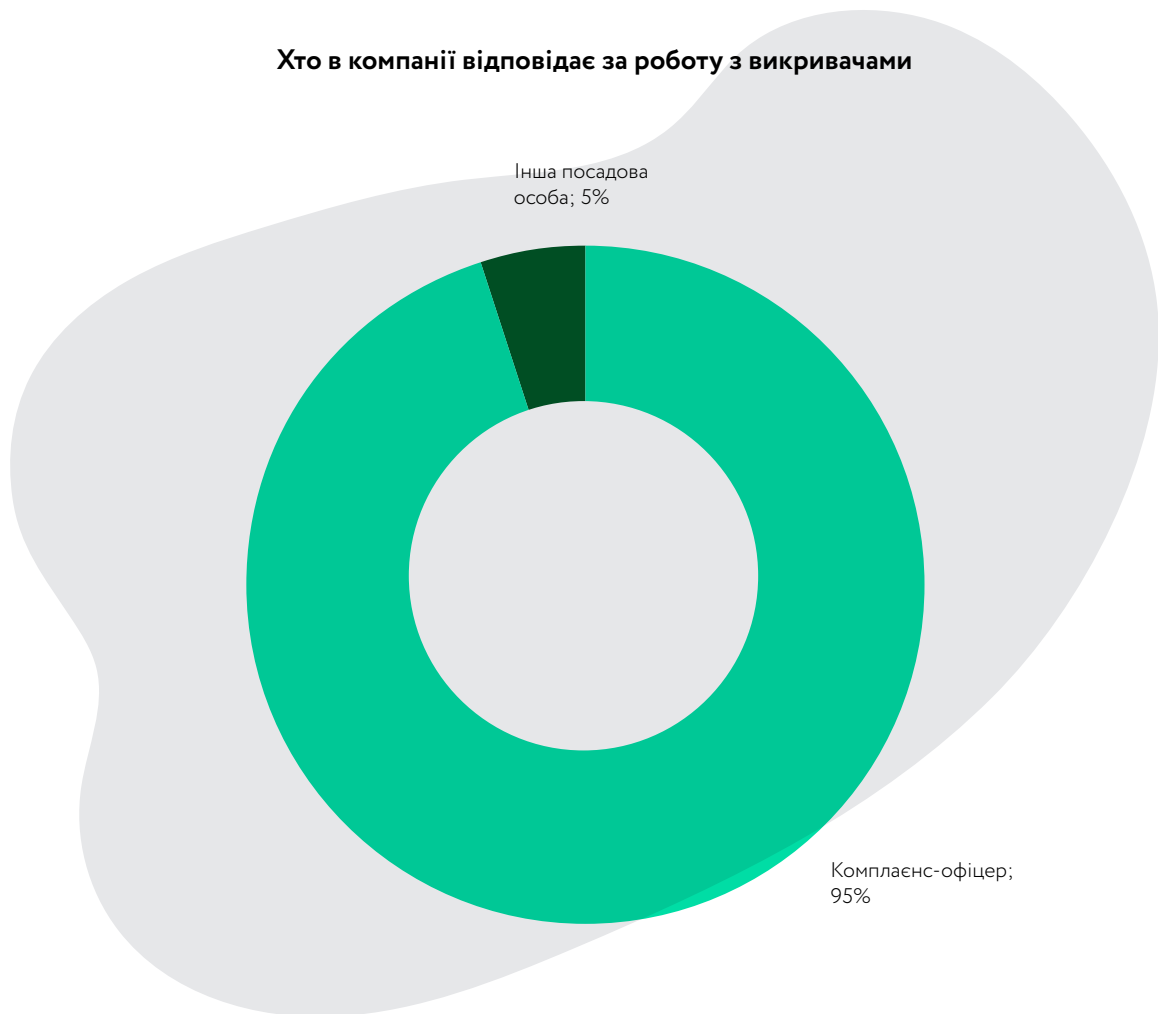
Варто зазначити про поступовий перехід бізнесу на вебінструменти, зокрема онлайн-портали для повідомлень або, меншою мірою, мобільні додатки. Серед представників бізнесу, які впровадили систему роботи з викривачами, майже половина (49 %) використовують програмне забезпечення для роботи з викривачами (переважно онлайн-портал). На сьогодні на ринку існує достатньо компаній та пропозицій щодо цифрових рішень у сфері комплаєнс, зокрема з побудови системи повідомлення інформації про виявлені правопорушення.

Вартим уваги також є 100 % показник відповідей щодо надання можливості викривачам анонімно повідомляти про виявлені ними правопорушення, що сприяє розвитку культури повідомлення та надає додаткові гарантії захисту від незаконних утисків на роботі.

Хто відповідальний за роботу з повідомленнями

Найчастіше (95 %) роботу з повідомленнями викривачів покладають на комплаєнс-службу, переважно на керівників цих служб. В 1–2 % випадків такими відповідальними особами є керівники юридичних відділів, аудиторська служба, керівництво компанії в особі керуючого партнера, членів Наглядової ради.

Хто в компанії відповідає за роботу з викривачами

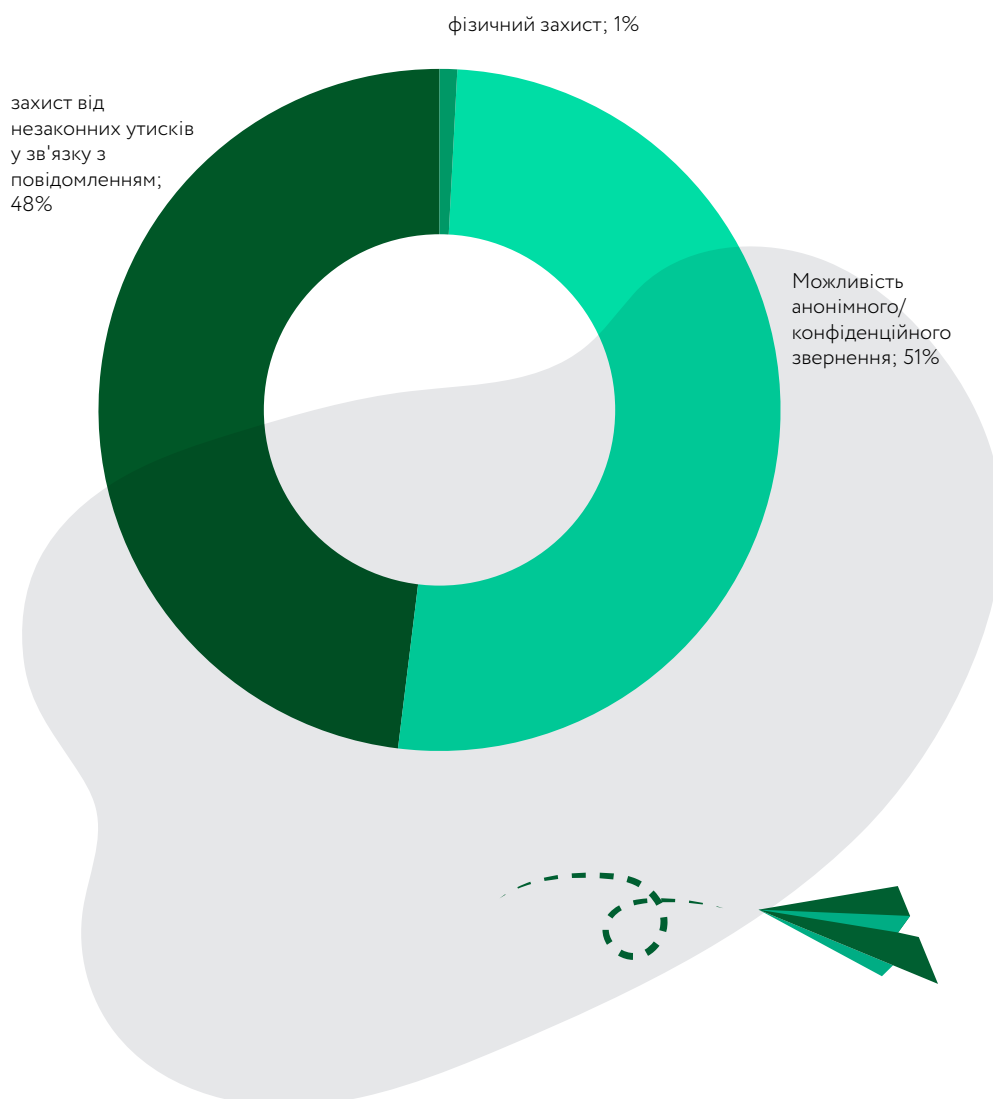


Впровадження системи повідомлення в приватних компаніях України

Серед заходів захисту, які використовуються їхніми компаніями, учасники дослідження найчастіше згадували можливість подання викривачем анонімного/конфіденційного звернення (51 %) та надання захисту від незаконних утисків, які виникають у зв'язку з повідомленням викривачем виявленої ним інформації (48 %). Рідко (1 %) компанії надають фізичний захист викривачам.

Це також може бути пов'язане з фінансовими та ресурсними можливостями бізнесу: найменш затратним є одноразове створення захищеної лінії для повідомлення або ж створення відділу/служби комплаєнс, яка буде відповідальна за захист від утисків на робочому місці. Надання фізичного захисту потребуватиме створення окремого підрозділу або найму спеціалізованої охоронної компанії (аутсорсинг), що також може бути не вигідно у фінансовому плані.

Які заходи захисту використовуються компаніями



ОЦІНКА РЕСПОНДЕНТАМИ РОБОТИ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ВИКРИВАЧІВ

Одна з категорій питань, які ставились респондентам, передбачала оцінювання ними безпосереднього функціонування системи захисту викривачів: випадки застосування утисків до викривачів, випадки проведення внутрішніх службових розслідувань та ознайомлення з результатами цих розслідувань.

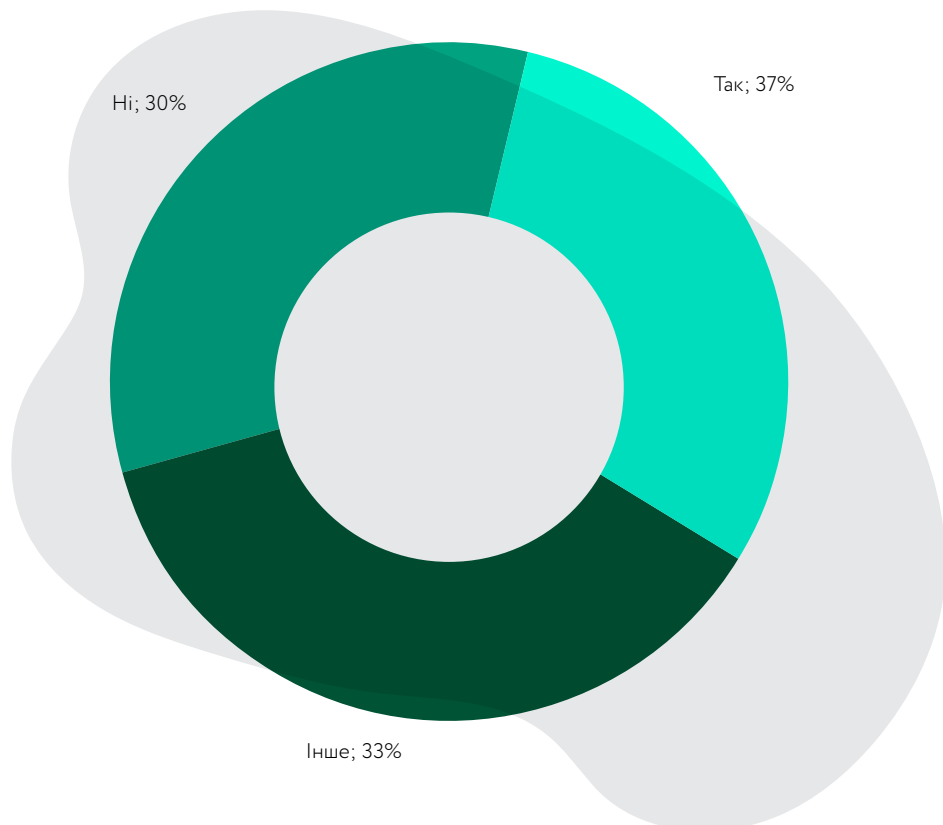
Більшості респондентів (77 %) невідомо про випадки застосування до викривачів незаконних заходів впливу з боку представників компанії або третіх осіб (переведення, атестація, зміна умов праці, необґрунтована відмова в призначенні на вищу посаду, зменшення заробітної плати). Про те, що таких випадків у компанії взагалі не було, вказали 18 % респондентів. Решта (5 %) респондентів зазначили, що в їхніх компаніях застосовувався принаймні один із перелічених вище негативних заходів.

Окрім того, переважній більшості респондентів (99 %) невідомо про негативні наслідки для компанії через застосування негативних заходів впливу до викривачів.

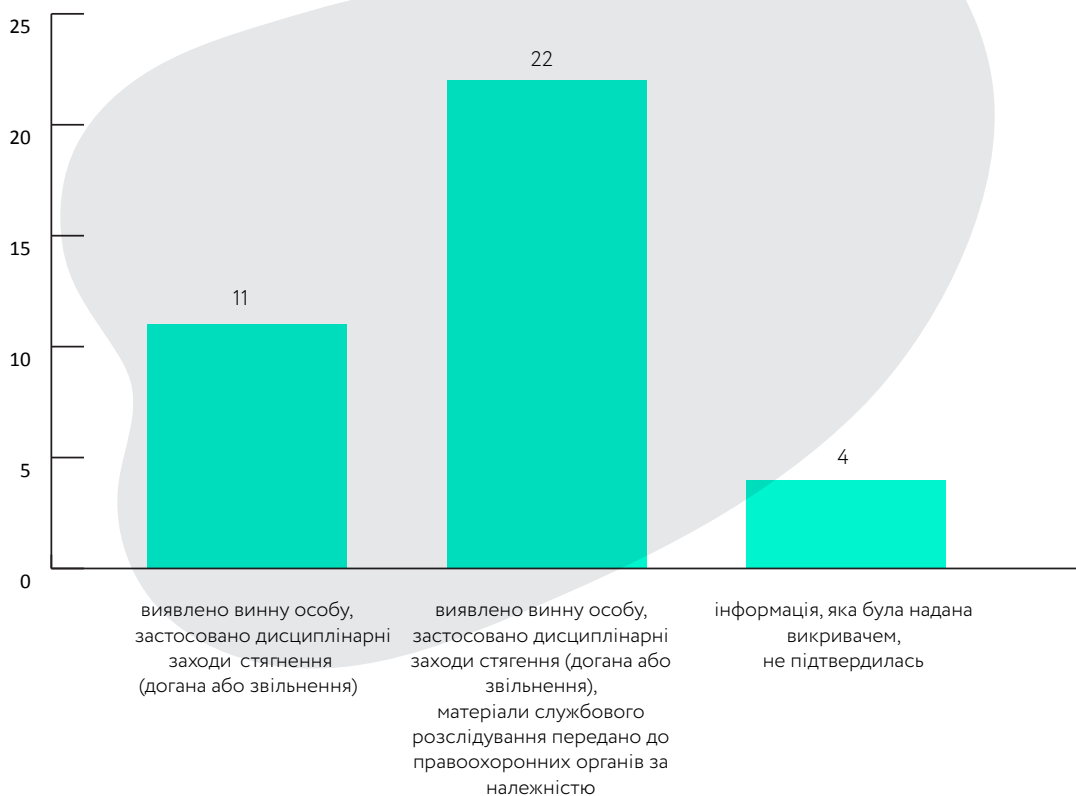
Високий відсотковий показник незнання про випадки застосування до викривачів незаконних заходів впливу хоча і є обнадійливим, проте не може свідчити про те, що цих випадків немає взагалі. Це може пояснюватись відсутністю внутрішньої комунікації, проведенням її неналежним чином або ж навіть навмисним приховуванням цієї інформації з метою уникнення репутаційних втрат.

У 37 % випадків респонденти стверджували, що в їхніх компаніях проводились службові розслідування за зверненнями викривачів протягом останнього року. Третина респондентів (30 %) вказали, що такі розслідування не проводились, і ще 33 % опитаних відповіли, що їм невідомо, чи проводились подібні розслідування взагалі.

Чи проводились службові розслідування у Вашій компанії за зверненням викривачів протягом останнього року?



Результати проведених службових розслідувань



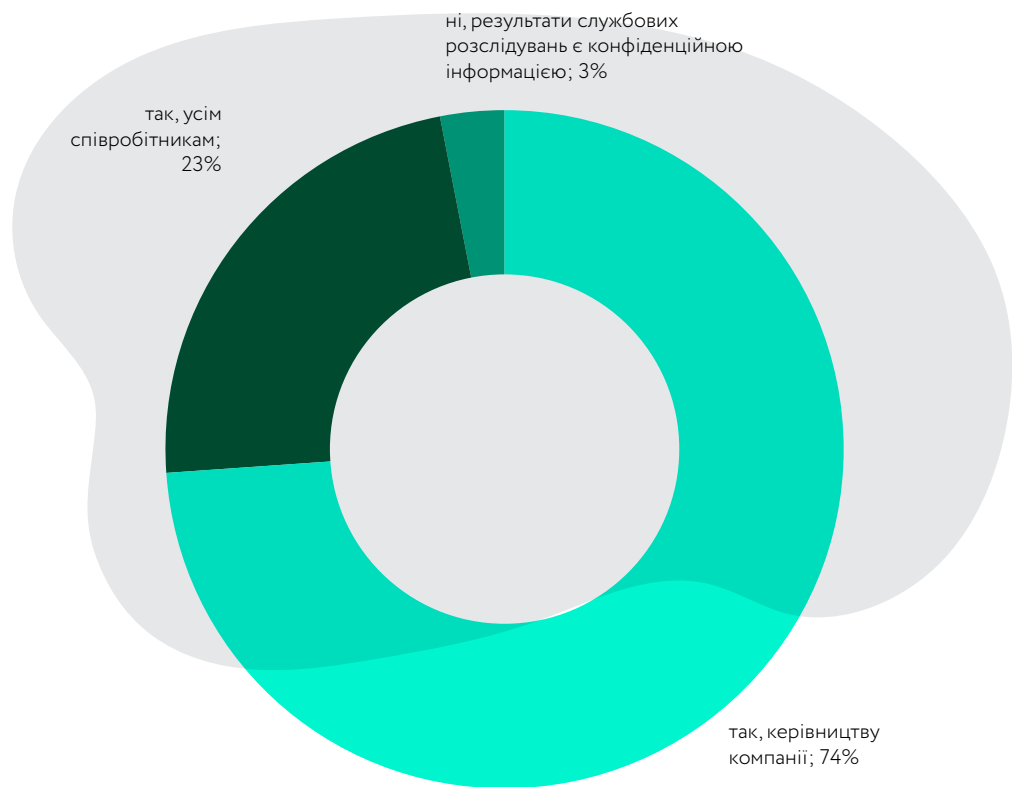
Відповіді «ні» та «мені невідомо про це» знову ж таки наштовхують на думку про необізнаність співробітників про стан справ у компанії та неналежну внутрішню комунікацію з рядовими працівниками.

Серед тих, кому відомо про результати проведених службових розслідувань, вказали, що у більшості випадків (22 %) було виявлено винну особу, до неї застосовано заходи дисциплінарного характеру, а матеріали щодо вчиненого нею правопорушення передано до правоохоронних органів за належністю. У 11 % випадків до винної особи було застосовано лише дисциплінарні заходи стягнення, а в 4 % випадків інформація від викривачів не підтвердилась³.

З огляду на наведені статистичні дані, можемо стверджувати, що у разі вчинення діянь, які мають ознаки адміністративних та/або кримінальних правопорушень, матеріали, зібрані під час внутрішніх службових розслідувань, передають за належністю до правоохоронних органів. Якщо ж особа вчинила малозначне, на думку компанії, діяння, то до неї буде застосовано лише дисциплінарне стягнення.

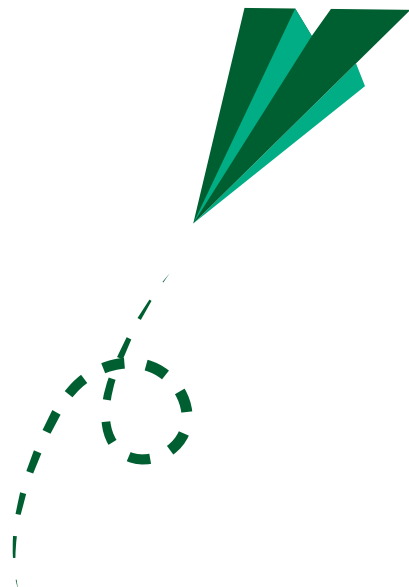
³ Залишкові відсоткові показники переважно містять відповіді «мені невідомо про це».

Чи повідомляються результати службових розслідувань всередині компанії?



Щодо видів заходів відповідальності, які застосовуються до винних осіб, то переважна більшість респондентів зазначає типові види дисциплінарних стягнень: догана та звільнення. До них можуть додаватись «зовнішні» заходи відповідальності, які можуть застосовуватись правоохоронними чи судовими органами у разі направлення до них матеріалів службового розслідування.

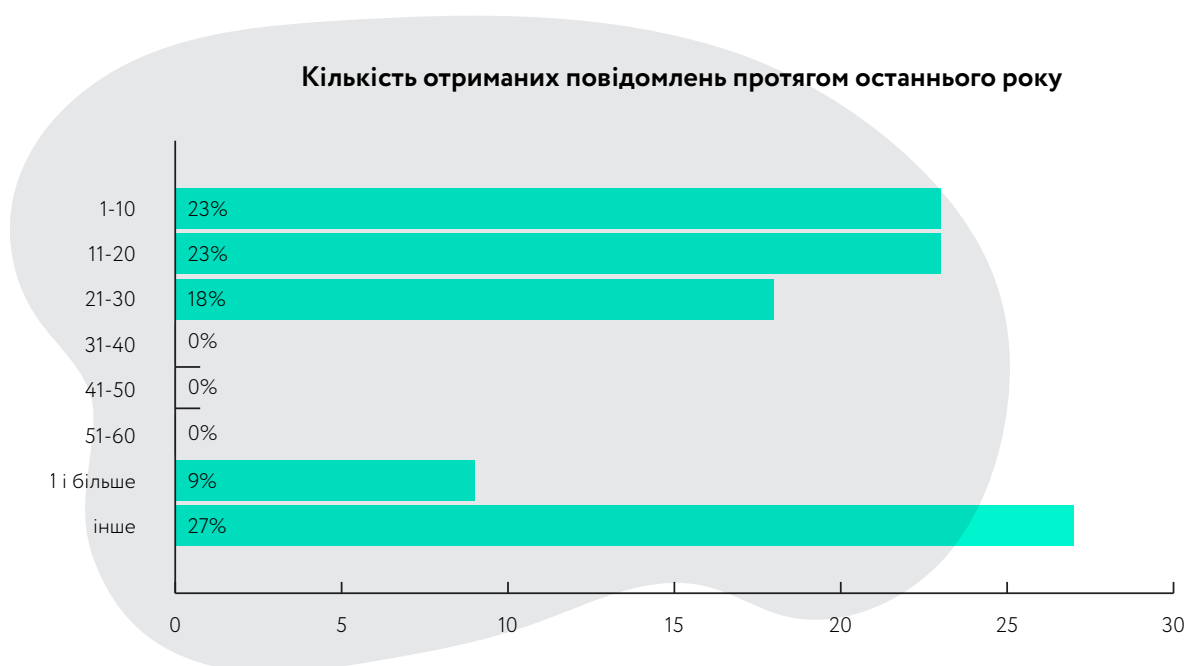
Отримані нами дані свідчать, що компанії більш схильні ознайомлювати з результатами цих розслідувань лише керівництво (директорат, членів правління, членів Наглядової ради, акціонерів тощо) (73 %), а не всіх співробітників (23 %). Ці дані підтверджують нашу тезу про низьку включеність основного адміністративного персоналу в комунікацію щодо внутрішніх службових розслідувань.



РОБОТА КОМПЛІЄНС-МЕНЕДЖЕРІВ З ВИКРИВАЧАМИ

Наступний блок питань нашого дослідження стосувався безпосередньої роботи осіб, уповноважених на роботу з викривачами. Було визначено низку питань, завдяки яким можна зрозуміти, наскільки ефективною є як робота самої системи, так і уповноважених осіб з прийняття цих повідомлень.

З усіх респондентів, які ствердно відповіли на питання щодо наявності в їхній компанії системи роботи з викривачами, 27 % були особами, уповноваженими на роботу з викривачами у своїх компаніях (22 особи).



Як бачимо з графіка, з цієї групи респондентів отримували різну кількість повідомлень від викривачів протягом останнього року, а третина респондентів вказали, що не отримували подібних повідомлень. Це можна пояснити належною комунікаційною роботою відповідних служб щодо порядків та правил повідомлення; просвітницькою роботою щодо дотримання встановлених законодавством та окремою компанією правил і норм поведінки.

Уповноважені особи переважно підтримують подальший контакт з викривачем залежно від наявних інструментів: комунікація може здійснюватися телефоном (41 %), електронною поштою (41 %) і, у разі наявності, за допомогою онлайн-порталу для повідомлень (14 %).

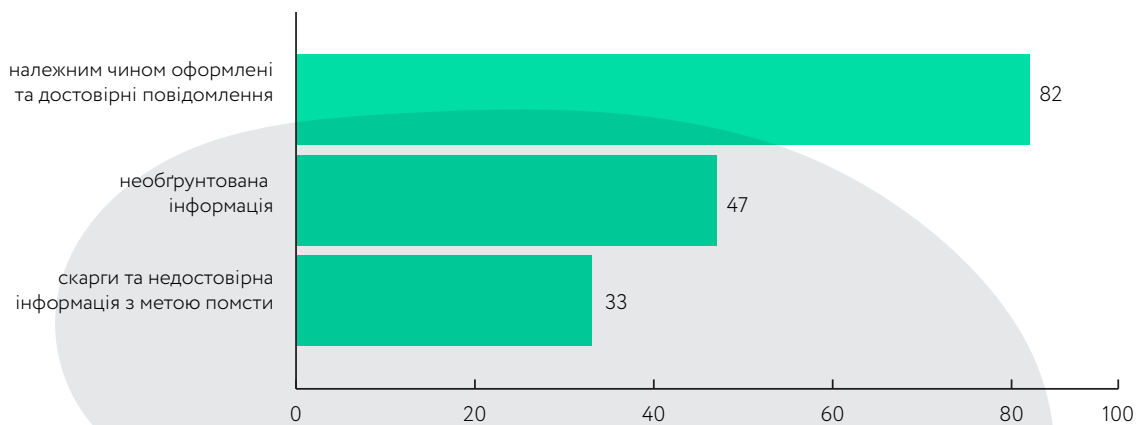
Якість повідомлень

Особи, відповідальні за роботу з викривачами, переважно визначають отриману інформацію як належним чином сформовану та оформлену. Це свідчить про те, що система розкриття інформації є ефективним інструментом для виявлення незаконних або неетичних дій. Водночас доволі значними є відсотки необґрунтованої інформації, скарги та недостовірної інформації з метою помсти. Порівнюючи відсоткові показники вказаних значень, можемо дійти висновку, що кожне друге повідомлення містить необґрунтовану інформацію, а кожне третє – недостовірну інформацію.

ВИСОКИЙ РІВЕНЬ НЕОБҐРУНТОВАНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТАКОЖ МОЖЕ СВІДЧИТИ ПРО НИЗЬКУ ОБІЗНАНІСТЬ ПЕВНИХ КАТЕГОРІЙ ПРАЦІВНИКІВ ПРО ТЕ, ЯК ПРАВИЛЬНО ПОДАВАТИ ІНФОРМАЦІЮ, ЩО САМЕ МАЄ МІСТИТИ ПОВІДОМЛЕННЯ, ЯКІ ДАНІ/СВІДЧЕННЯ ТРЕБА ДОДАТИ.

Водночас основними критеріями для перевірки інформації, яка міститься у зверненнях від викривачів, є достатність та наявність підтверджувальних документів. Також уповноважені особи зазначають, що вони проводять *«попередній аналіз внутрішніх процесів та збір матеріалів/доказів, на підставі яких здійснюється оцінка потенційного порушення (наскільки воно може бути правдивим) і приймається рішення про наступні кроки»*.

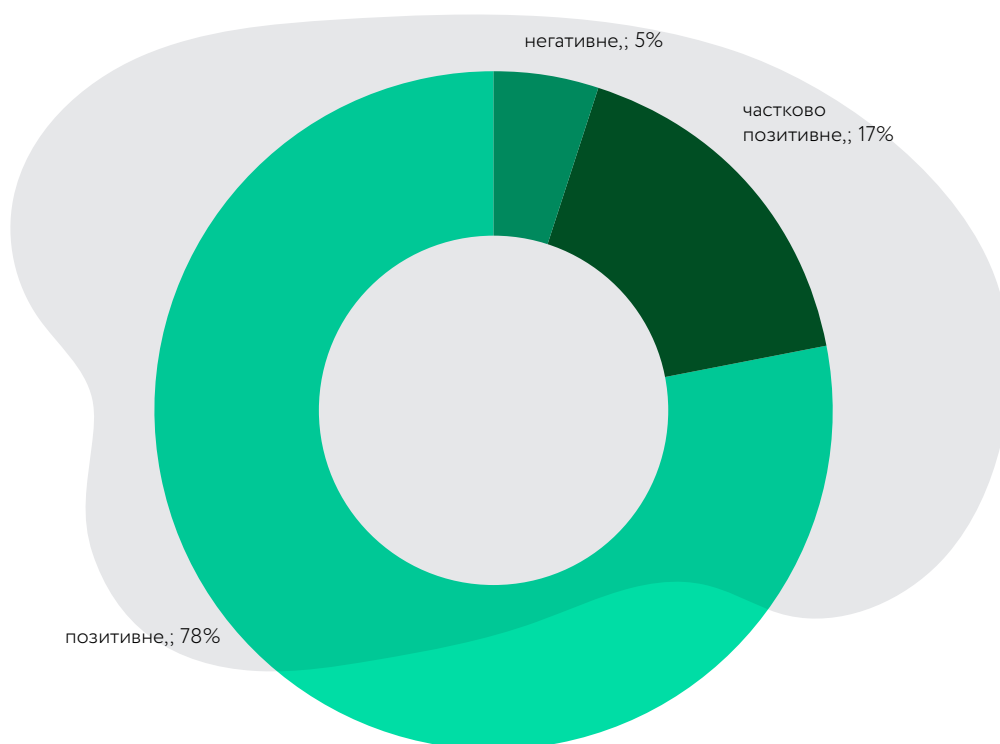
Відсотковий розподіл отриманої інформації



КУЛЬТУРА ПОВІДОМЛЕННЯ ТА ПОВАГИ ДО ВИКРИВАЧІВ У КОМПАНІЇ

Фінальною частиною опитування стало оцінювання наявної в компаніях культури повідомлення та поваги до викривачів: респондентам було запропоновано відповісти на питання, пов'язані із суб'єктивною оцінкою ставлення до викривачів у компанії, потенційними чинниками, які можуть впливати на позитивізацію/негативізацію ставлення до викривачів, а також з оцінкою діяльності керівництва компанії та відповідальних служб щодо формування належного ставлення до викривачів.

Уявлення про викривачів у колективі компанії



Згідно зі статистикою, переважна більшість респондентів вважає, що в їхніх компаніях панує здебільшого позитивне ставлення до викривачів: і керівництво, і співробітники компанії підтримують необхідність повідомляти про будь-які правопорушення. Порівняно менше респондентів вважають, що в їхніх компаніях панує частково позитивне ставлення до викривачів: хоча керівництво і займається впровадженням системи повідомлення про порушення, проводить відповідні комунікаційні та просвітницькі кампанії, проте серед співробітників нижчих

ланок існує недовіра до такого інструменту. Можливим поясненням цього є відносно недавнє впровадження цього інструменту в діяльність компанії і несформованість культури повідомлення серед співробітників. Нові інструменти можуть сприйматись негативно, оскільки у них може вбачатись загроза для співробітників: вони вважатимуть, що система повідомлення передовсім буде спрямована на виявлення винних осіб і притягнення їх до відповідальності, а не на поліпшення морально-етичного мікросередовища всередині компанії та її репутації.

5 % респондентів вважають, що, попри наявну систему повідомлення інформації, у їхніх компаніях панує негативне ставлення до неї через незацікавленість у ній як керівництва, так і співробітників. У такому разі її впровадження може бути зумовлене виконанням формальних вимог партнерів для виходу на міжнародну арену.

Серед чинників, які можуть сприяти позитивізації або, навпаки, негативізації ставлення до викривачів, називають такі: системна робота в компанії з просування дієвості цього інструменту, розвиток корпоративної культури, реалізації гарантій захисту викривача, матеріальна винагорода, притягнення винних осіб до відповідальності, колективне схвалення такої діяльності тощо. Загалом, ці відповіді збігаються із загальними настроями населення, яке висловлює готовність повідомляти про корупцію лише за умови надання вказаних вище гарантій захисту.

Працюючи над заохоченням і формуванням культури повідомлення серед співробітників, компанії переважно застосовують такі інструменти:

Найчастіше компанії впроваджують кодекси етики для працівників, надають методичну допомогу та консультації з питань здійснення повідомлення (тут маємо відзначити проактивну роль комплаєнс-служб), а також проведення навчань для працівників з цієї тематики.

Водночас компанії намагаються проводити роз'яснювальну (комунікаційну) роботу щодо важливості здійснення викривання не рідше одного разу на рік. Лише незначна частина компаній намагається робити це частіше, ніж раз у квартал – раз на місяць або раз на тиждень. Загалом маємо зазначити, що підхід до комунікації теми викривання має бути виваженим: занадто часта періодичність може призвести до негативізації цього інструменту, оскільки це сприйматиметься як нав'язування з боку керівництва компанії. На нашу думку, найчастіше вказана у відповідях респондентів періодичність (раз на рік, двічі на рік, щоквартально) є найбільш ефективною.

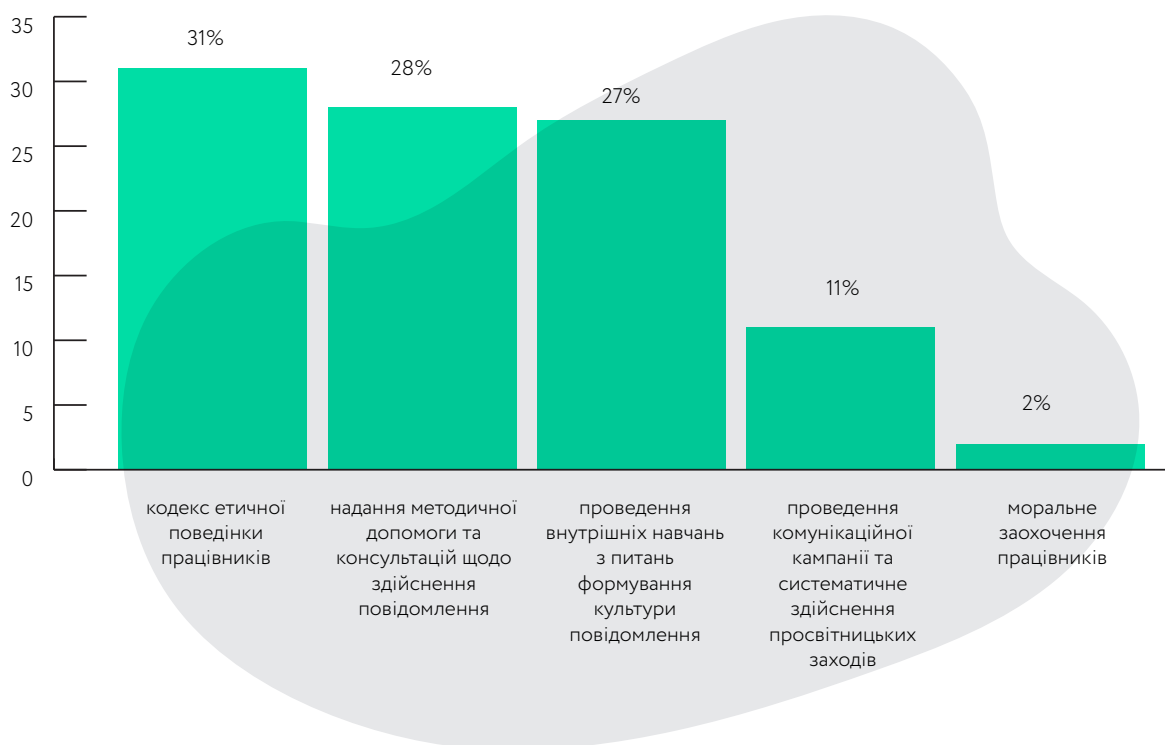
Згідно з результатами опитування, респонденти – представники компаній засвідчують застосування численних засобів комунікації з певною періодичністю. Проте виникає питання: яке уявлення формується в опитаних про досягнення системи повідомлення в їхній компанії?

Більшість опитаних вважають, що, **по-перше**, завдяки системі повідомлень було поліпшено імідж компанії як на вітчизняному ринку, так і на міжнародній арені. Система повідомлень допомагає не тільки виявити факти правопорушень всередині компанії, але й захистити і поліпшити репутацію компанії. Позитивна репутація надає більше економічних можливостей, сприяє зменшенню витрат на маркетинг і залученню потенційних партнерів та клієнтів.

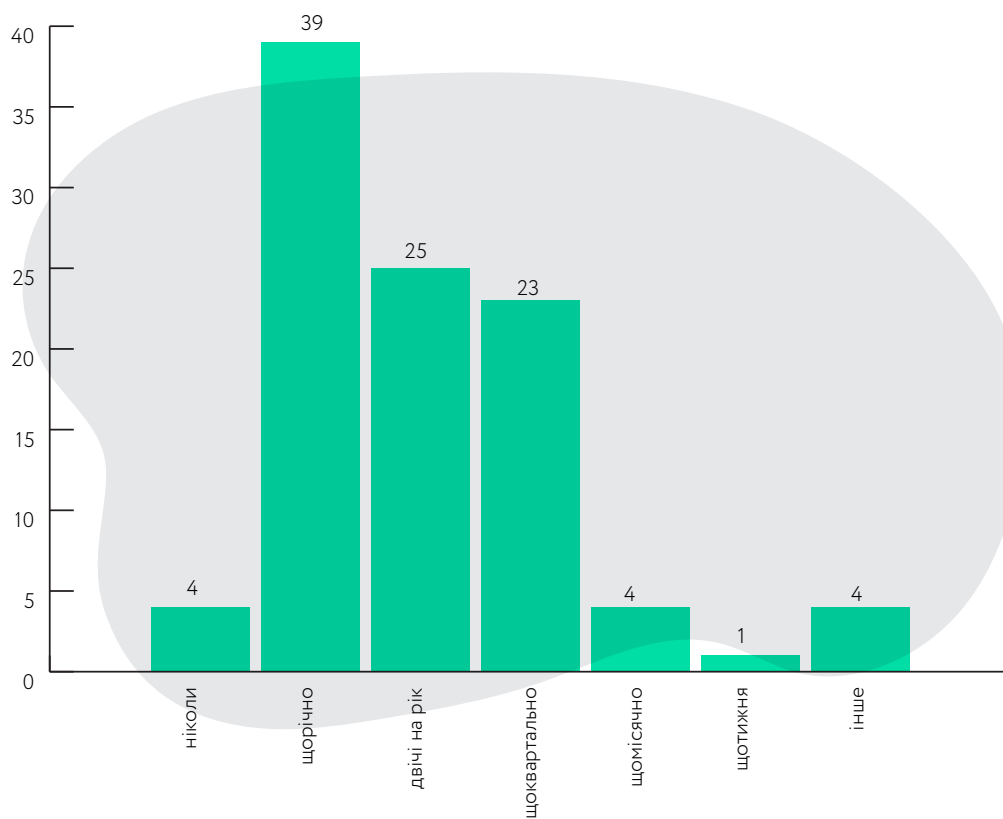
По-друге, на думку опитаних, завдяки системі повідомлення вдалося поліпшити розуміння етичних норм і правил поведінки серед працівників компанії, що також може сприяти розбудові репутації компанії.

По-третє, незначна частина респондентів вважає систему повідомлення запобіжником проти потенційних фінансових втрат компанії. Що більше повідомлень, то менше правопорушень і неправомірних дій всередині компанії залишаються непоміченими. Отже, за допомогою цього інструменту вдається зберегти кошти та репутацію компанії.

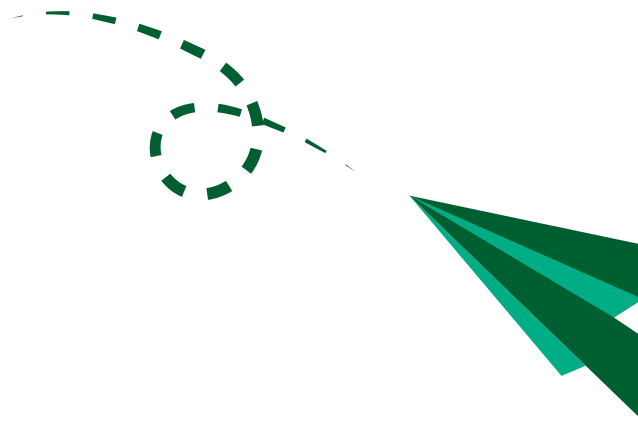
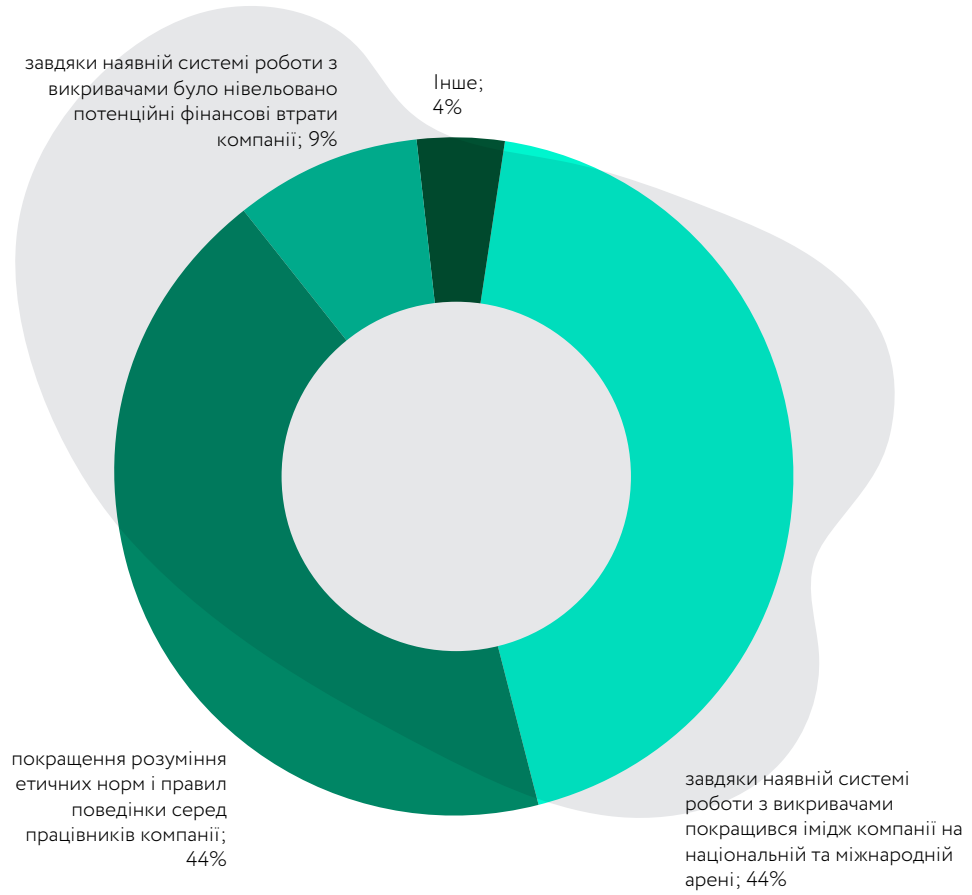
Які механізми заохочення та формування культури застосовуються у компаніях



Як часто проводиться комунікація на тему викривачів



Чого вдалось досягнути завдяки системі роботи з викривачами



ВИСНОВКИ

Незаконні дії та правопорушення, вчинені в компанії, можуть завдати шкоди не тільки її фінансовому становищу, але і її репутації. Внутрішня система повідомлення інформації відіграє важливу роль у запобіганні подібним правопорушенням. Проведене нами дослідження дає відповіді на питання впровадження і функціонування систем повідомлення в українських приватних компаніях.

Встановлено, що більшість опитаних нами представників компаній (77 %) засвідчують наявність у їхніх компаніях системи повідомлення інформації про можливі факти правопорушень. Серед основних причин впровадження такої системи називають дотримання кращих міжнародних стандартів та практик ведення бізнесу, диктування умов і «правил гри» центральним офісом, який перебуває поза межами України, та репутаційні вигоди, які можна отримати для власного бізнесу.

Водночас 33 % опитаних визнали відсутність у їхніх компаніях подібної системи. Це пояснювалось відсутністю будь-якої вигоди, малою кількістю постійних працівників та відсутністю підстав вважати, що в компанії наявні будь-які види правопорушень. Зазначимо, що відсутність такої системи переважно спостерігається серед малих підприємств (до 10 осіб). Умовами для впровадження системи повідомлення респонденти цієї групи вказали наявність вигоди та потреби в її впровадженні.

Компанії, які впровадили систему повідомлення інформації про можливі факти корупційних правопорушень, намагаються побудувати її відповідно до міжнародних практик: вони реалізують різноманітні канали для повідомлення (переважно телефонні гарячі лінії, електронні скриньки з доступом лише вузького кола службових осіб, онлайн-портали для повідомлення). Варто зазначити, що, за свідченнями респондентів, усі наявні канали для повідомлення дозволяють зробити викривання анонімно. Крім гарантії анонімності, компанії також надають захист від незаконних утисків у зв'язку з повідомленням і рідше – фізичний захист.

Опитані нами представники приватних компаній переважно не знають про застосування негативних заходів впливу до викривачів або засвідчують їх відсутність. Їм також невідомо про негативні наслідки для компанії через застосування негативних заходів до викривачів. Однак такі дані все одно не дають змоги на 100 % бути впевненими в існуванні утисків викривачів у приватному секторі.

Інформацію про проведені всередині компанії службові розслідування переважно доводять до відома лише керівництва компанії, рідше – до всіх співробітників компанії. Зазвичай, залежно від ступеня тяжкості вчиненого правопорушення, за матеріалами службового розслідування на винну особу накладається дисциплінарне стягнення, в окремих випадках ці матеріали надсилають до правоохоронних та/або контролюючих органів за належністю.

Відповідальною особою/відділом за роботу з викривачами здебільшого є комплаєнс-офіцери / служби комплаєнс. Їхня робота з повідомленнями засвідчує, що вони найчастіше отримують повідомлення, які характеризуються достатністю і повнотою інформації, хоча бувають випадки направлення повідомлення з недостовірною інформацією або ж надуманими скаргами. Комплаєнс-офіцери, які взяли участь у дослідженні, вказують, що основними критеріями оцінки отриманого повідомлення є достовірність і повнота інформації, завдяки цьому можна здійснити перевірку фактів, викладених у повідомленні.

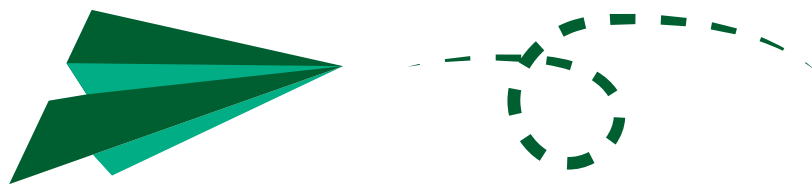
Більшість респондентів (77 %) у своїх відповідях підтверджують, що в їхніх компаніях панує позитивне ставлення до викривачів, яке виявляється в підтримці їхньої діяльності керівництвом компанії та її співробітниками. Проте є й випадки часткового схвалення такої діяльності: 17 % респондентів вказують на частково позитивне ставлення до викривання, яке проявляється в недовірі певних категорій працівників до цього інструменту. Серед чинників, які можуть сприяти позитивному ставленню до викривачів, найчастіше називали системну комунікаційну і просвітницьку роботу в компанії,

БІЗНЕС ТА ВИКРИВАЧІ

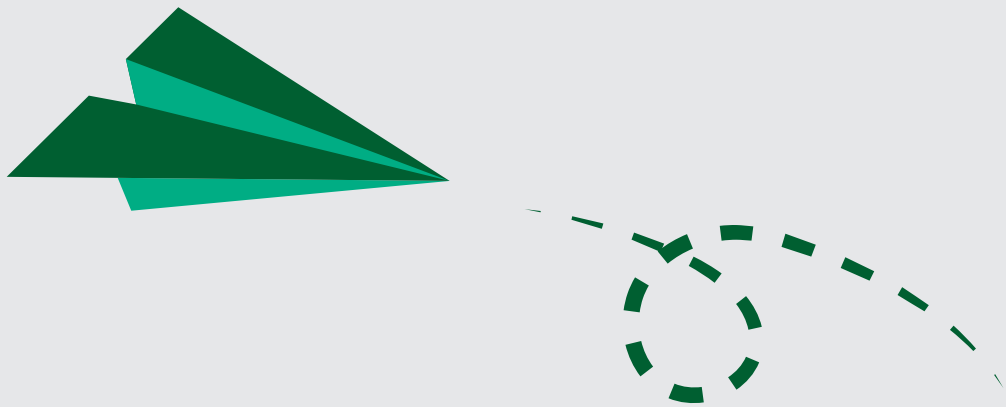
розвиток корпоративної культури, реалізацію гарантій захисту викривача, матеріальну винагороду, притягнення винних осіб до відповідальності, колективне схвалення такої діяльності. Відсутність або формальність такої діяльності може призводити до пасивного/негативного ставлення до викривачів. Респонденти вказують, що їхні компанії намагаються проводити роз'яснювальну (комунікаційну) роботу щодо викривачів принаймні раз на рік. Окрім комунікаційних та просвітницьких заходів, у приватних компаніях також часто впроваджують кодекси етики, надають методичну та консультаційну допомогу співробітникам щодо здійснення викриття, а також проводять навчання з цих питань. На думку опитаних, завдяки системі повідомлення інформації про можливі випадки вчинення правопорушень їхні компанії поліпшили власну репутацію на національному/міжнародному рівні, розуміння етичних норм поведінки всередині компанії та, меншою мірою, нівелювали фінансові ризики.

На підставі аналізу результатів проведеного дослідження можна сформулювати напрями подальших досліджень у цій сфері:

1. чинники, які сприяють мотивації (не) впровадження системи повідомлення в приватному секторі;
2. крос-секторальне порівняльне дослідження роботи з викривачами;
3. рівень знань і практичних навичок комплаєнс-офіцерів, відповідальних за роботу з прийняття та розгляду повідомлень від викривачів.







Київ, 2022