

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕТИКИ БІЗНЕСУ

Мета статті полягає у визначенні сутності й основного призначення етики бізнесу та проведенні аналізу основних проблем етики бізнесу в сучасних умовах. У процесі дослідження було застосовано загальнонаукові методи: аналіз (для формування основних проблем етики бізнесу), порівняння (під час зіставлення етичної поведінки різних підприємств), синтез (для узагальнення поняття етика бізнесу). Виявлено, що кожне підприємство має власну систему моралі, але люди йдуть на компроміс із власними цінностями під впливом умов ділової організації, в якій вони працюють, тому необхідно використовувати такі заходи і методи, як етичні кодекси, карти етики, комітети з етики, соціальні ревізії, навчання етичній поведінці, етична експертиза, етичне консультування. Проведене дослідження дало змогу дослідити проблему етики бізнесу, провести їхню оцінку та надати рекомендації щодо впровадження принципів етики в бізнес-середовище. Отримані результати можуть бути використані в побудові добросусідських відносин між підприємствами.

Ключові слова: етичність бізнесу; соціальна відповідальність; норми моралі бізнесу; конкурентоздатність.

Постановка проблеми. Проблема соціальної відповідальності людини як відповідальності за свої дії перед суспільством і самою собою, має комплексний, складний характер. Останнім часом спостерігається підвищений інтерес до наукових і прикладних аспектів відповідальності в цілому і соціальної зокрема, як і до багатьох споріднених, близьких за природою норм і суспільних явищ. Це пов'язано з невідповідністю між потребою підвищення морально-духовного потенціалу соціуму, з одного боку, і реальним перебігом подій, а саме: небажаними змінами у структурі цінностей та соціальних норм поведінки членів суспільства та його інститутів – з іншого. Ця проблема стосується не лише побутового життя суспільства, а й ведення підприємницької діяльності. Світовий бізнес дедалі частіше орієнтується на вирішення соціальних проблем як на національному, так і на глобальному рівні. Підприємства з соціальною метою визнаються окремим особливим напрямом економічної діяльності. Отже, упровадження ефективних у соціальному та моральному контекстах форм господарювання дасть можливість формувати стає суспільство і забезпечити безперервну діяльність суб'єкта господарювання. Фактори економічної ефективності повинні істотно доповнюватися чинниками етичного, соціального та екологічного характеру.

Дослідження проблеми етики бізнесу зумовлене розбудовою в Україні демократичної, правової, соціальної держави з ринковою економікою, а також інтеграцією в міжнародну економіку і в Європейський Союз, де

діє етичний підхід до управління бізнесом на засадах соціального менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сфері усвідомлення етики українського менеджменту та його соціальної відповідальності достатньо продуктивно працюють українські вчені: Б. П. Будзан, Ф. І. Хміль, Г. В. Щокін, Г. А. Дмитренко, О. Є. Кузьмін, Ю. І. Палеа, В. Г. Герасимчук, Г. О. Коваленко, А. В. Шегда, Г. Л. Хаєт та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення сутності й основного призначення етики бізнесу, а також аналіз проблем етики бізнесу в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Економічна етика передбачає верховенство людини над матеріальними потоками у процесі виробництва, яким вона управляє, надаючи йому гуманістичного характеру, бо саме її працею досягається бажаний прибуток. Це означає, що економічна мета, засоби, форми і методи, якими вона досягається, економічно й етично виправдані лише тоді, коли сприяють загальному зростанню продуктивності індивідуальної та суспільної праці і на цій основі – підвищенню добробуту кожної людини.

Інший чинник етичного бізнесу – наявність морально-правових передумов його функціонування. Такими передумовами є сукупність правових і етичних принципів, норм та правил, які регулюють відносини економічних суб'єктів ринку з державою, зі споживачами, суспільством у цілому, а також

міжособистісні відносини в підприємстві та особисту етику керівника. До принципів і норм моралі бізнесу й моральності бізнесмена належать чесність, довіра, справедливість, партнерство у відносинах, добросовісне виконання обов'язків, відкритість, вірність слову.

У найбільш загальній формі етика бізнесу визначається як ділова етика, основними принципами якої є справедливість та ефективність. Вона включає такі елементи: етика менеджменту; етика відносин із державою, діловими партнерами, споживачами, суспільством; етика міжособистісних стосунків, ділових переговорів; моральні засади й соціальна відповідальність бізнесу; особиста етика й ділова культура підприємця, етика самоутвердження; діловий етикет тощо [1].

Функціонування етики бізнесу пов'язане з неоднозначним трактуванням такої філософської проблеми, як сумісність (несумісність) бізнесу і моралі.

Етика бізнесу (комерційної, підприємницької, будь-якої іншої дозволеної законом діяльності задля отримання прибутку) є складовою етики ділових відносин. Ці відносини охоплюють не тільки виробничу, організаційну, правову сфери, бо навіть дуже близькі люди (рідні, друзі, кохані) час від часу є їх суб'єктами, наприклад під час розподілу спадщини, спільного придбання житла, транспортних засобів або співпрацюючи в одній організації. Етика бізнесу в широкому сенсі – це сукупність етичних принципів і норм, якими повинна керуватися діяльність організацій та їхніх членів у сфері управління і підприємництва. Етика бізнесу є вивченням відповідності моральних норм людини діяльності і цілям ділової організації. Вона не є простим набором певних моральних стандартів, а виступає інструментом аналізу і вирішення проблем, які постають перед етичною людиною, що займається бізнесом [2].

На розвиток суспільства впливає, як етична поведінка одних суб'єктів господарювання, так і неетична поведінка інших (етика бізнесу та хрематистика). Хрематистика виражається в отриманні прибутку шляхом необмеженого споживання ресурсів. Етика виражає мету бізнесу через корисність, виступаючи засобом ведення бізнесу.

За умов історичних змін в організації сучасного ділового світу етика бізнесу стає важливою складовою культури підприємництва, зростання рівня корпоративності й інформаційної революції. За допомогою етики бізнесу формулюються необхідні естетичні цінності для кожної людини, підприємці краще орієнтуються в складних проблемах, що виникають під час ухвалення етичних рішень у конкретних ситуаціях ділового життя. Відомо, що етика бізнесу як спеціальна етика містить у своєму визначенні описову і нормативну частини. З одного боку, вона відбиває прояв загальних принципів моралі у спеціалізованій сфері людської діяльності, фіксує й описує специфіку цього прояву. З іншого – виступає своєрідним зведенням моральних вимог – нормативів, за допомогою яких слід вирішувати конкретні проблеми, що постійно супроводжують професійну діяльність бізнесмена.

Бізнес-етика, відтак, виконує як суто теоретичну функцію, так і практичну функцію, будучи системою етичних орієнтирів у підприємницькій справі [3]. Корпоративна етика, на відміну від універсальної,

зумовлена особливостями діяльності і цілями організації, а також стереотипами поведінки, що історично склалися в цій організації. Вона є частиною ширшої – нормативної – системи, так званої корпоративної культури. Остання включає не тільки етичні, але й інші цінності, а також переконання, ритуали, символи [2].

Етика бізнесу спрямована на розрізнення етичного та неетичного, визначає правила культурних, цивілізованих відносин у будь-яких ділових справах рівноправних, незалежних партнерів, зацікавлених в поєднанні зусиль для вирішення проблем організації, інтереси якої вони представляють.

Основні принципи етики бізнесу:

1) відповідальність бізнесу – від блага акціонерів до блага його ключових партнерів;

2) економічний і соціальний вплив бізнесу – до прогресу;

3) справедливості та світової спільноти; етика бізнесу – від букви закону до букви довіри;

4) повага правових норм;

5) підтримка багатосторонніх торгових відносин;

6) турбота про довкілля;

7) відмова від протизаконних дій.

Вказані принципи забезпечують характер відносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства – організаціями, державою, суспільством. Недотримання етичних принципів на макрорівні призводить до постійної втрати зусиль на рішення етичних проблем на рівні трудових колективів.

Кожне підприємство має власну систему моралі, але спостереження доводять, що люди ідуть на компроміс із власними цінностями під впливом умов ділової організації, в якій вони працюють. Задля підвищення етичності поведінки керівників і рядових співробітників можна використовувати заходи і методи, рекомендовані дослідниками етики бізнесу:

1. Етичні кодекси. Вони описують систему загальних цінностей і правил етики, яких, на думку організації, повинні дотримуватись її працівники. Етичні нормативи розробляють, щоб описати цілі організації, створити нормальну робочу атмосферу і визначити рекомендації для процесу прийняття рішень. Як правило, організації надають етичні нормативи своїм робітникам у вигляді надрукованих матеріалів.

2. Карти етики. Це набір етичних правил і рекомендацій, що конкретизують етичний кодекс корпорації для кожного співробітника компанії. Також вони містять ім'я і телефон консультанта компанії з етичних питань. Метод активно застосовується в японських компаніях.

3. Комітети з етики. Їх створюють деякі організації для оцінювання повсякденної практики, майже всі члени таких комітетів – керівники вищого рівня. Організації, що їх не створюють, наймають фахівця з етики бізнесу, так званого адвоката з етики. Його роль – вироблення позицій з етичних питань, пов'язаних із діями організації, а також із виконанням функції «соціальної совісті» організації.

4. Соціальні ревізії. Їх запропоновано для оцінювання та упорядкування звітів стосовно соціального впливу дій і програм організації. Прихильники соціальної ревізії вважають, що звіти такого типу можуть

свідчити про рівень соціальної відповідальності організації, а також із виконанням функції «соціальної совісті» організації.

5. Навчання етичній поведінці. Його використовують організації для підвищення показників етичності поведінки керівників і рядових співробітників. При цьому робітників ознайомлюють з етикою бізнесу, що підвищує їхню сприйнятливості до можливих етичних проблем.

6. Етична експертиза. Це всебічний аналіз конкретного аспекту діяльності організації, що викликає стурбованість вищого керівництва, персоналу або громадськості та може вплинути на імідж і перспективи організації. Результатом такої експертизи стає система пропозицій, спрямованих на поліпшення морального клімату і моральної репутабельності організації, а також ввєнення корективів у практику діяльності організації.

7. Етичне консультування. Його виконують, коли проблеми організації не можуть бути вирішені власними силами організації через складність і суперечливість ситуації, пов'язаної з конкретними моральними дилемами, для чого запрошують компетентних незалежних фахівців з етики бізнесу. Основними моральними критеріями сучасної підприємницької діяльності в умовах сучасної економічної кризи ми вважаємо такі: культура ділової поведінки на ринку; професіоналізм, справедливість, довіра; завоювання репутації чесного, компетентного та порядного партнера; гідна конкуренція, об'єднання з однодумцями, які поділяють ці принципи [4].

Сучасні концепції етичного ведення бізнесу різноманітні, так само як і думки та уявлення кожної країни щодо справедливості, які є продуктом її власного розуміння, спираючись на які, вона може вести переговори про умови ведення бізнесу. Згідно з однією з таких концепцій, етичність або відповідальність підприємства трактується як риса його поведінки, що відповідає чотирьом рівням корпоративної ідентичності: належне управління ризиками; дотримання законів і норм; зміцнення репутації; сприяння розвитку співтовариства [5].

Проте, під час визначення критеріїв етичної бізнес-організації виникає низка складних проблем.

По-перше, постає проблема застосування поняття «етичність» до юридичної особи, якою є бізнес-організація. Багато сучасних теоретиків бізнесу підтримують твердження про принципову несумісність етики, бізнесу і моральних оцінок. У сучасній соціально-економічній літературі поширюється теза, що бізнес є бізнес, а етика є етика; економіка – це одна справа, а культура – зовсім інша. Разом із тим

слід підкреслити, що ця позиція поділяється далеко не всіма представниками бізнесу. Сьогодні виразно спостерігається тенденція визнання необхідності етизації економіки, зокрема бізнесу. Як аргументи, висуваються такі твердження: етично орієнтована економіка стає найбільш конкурентоздатною, етично поводитися в бізнес-середовищі стає економічно раціональним. До того ж корпоративна етика стає найважливішим активом бізнесу, якщо вона бере до уваги як економічні, так і позаекономічні інтереси всіх зацікавлених осіб. По суті, ідеться про соціальну відповідальність і справедливість [6]. По-друге, більшість чинних корпоративних кодексів, особливо у великих корпораціях, орієнтовані скоріше на потреби самої компанії та проголошують відповідальність підприємства перед клієнтами, підрядниками і партнерами, суспільством у цілому, ніж перед власним персоналом. Значна увага приділяється обов'язкам робітників та їхній лояльності до компанії і дуже мало – обов'язкам самої компанії перед її працівниками. По-третє, під час формування корпоративної етики провідну роль відіграють асоціації підприємців, тоді як роль профспілок працівників незначна, що навряд чи можна визнати позитивним чинником. Фактично ж розвиток корпоративної етики міг би значно поліпшити становище найнятих робітників і обмежити управлінське свавілля. На нашу думку, профспілки не менше підприємців зацікавлені у формуванні корпоративної етики, що є дієвим засобом регуляції трудових відносин на підприємстві.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Кожне підприємство має власну систему моралі, але спостереження доводять, що люди йдуть на компроміс із власними цінностями під впливом умов ділової організації, в якій вони працюють. Задля підвищення етичності поведінки керівників і рядових співробітників можна використовувати заходи і методи, рекомендовані дослідниками етики бізнесу: етичні кодекси, карти етики, комітети з етики, соціальні ревізії, навчання етичній поведінці, етична експертиза, етичне консультування.

Для того, щоб етичні принципи, норми, правила та стандарти перетворились у реалію ділового життя, мають застосовуватись механізми, за допомогою яких можна впровадити в практику етичні норми.

У процесі роботи необхідно враховувати закономірності, які визначають особливості міжособистісного спілкування. Зневажання психологічною безпекою людини впливає на свідоме чи несвідоме зазіхання на провідні мотиви соціальної поведінки людини.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герчикова И. Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики : [учеб. пособие] / И. Н. Герчикова. – М. : Консалтбанк, 2002. – 576 с.
2. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов. – М. : Дело, 2000. – С. 106–107.
3. Де Джордж Р. Т. Деловая этика. Учебный курс для колледжей и университетов / Р. Т. де Джордж ; [пер. с англ. Р. И. Столпера]. – М. : Прогресс ИД Ринол Классик, 2003. – 736 с.
4. Сидоренко С. В. Теоретико-методологічні засади аналізу етики бізнесу / С. В. Сидоренко // Гуманітарний вісник ЗДДА. – 2009. – Випуск 39. – С. 91–105.
5. Абрамов И. Деловая этика: Руководство по управлению ответственным предприятием в развивающейся рыночной

- экономике / И. Абрамов, К. Джонс ; [пер. на рус. язык]. – Вашингтон : Министерство торговли США ; Управление международной торговли, 2005.
6. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке : [учеб. пособие] / П. Ф. Друкер ; [пер. с англ.] – М. : Вильямс, 2001. – 340 с.

Л. С. Мельничук,

*Черноморский государственный университет имени Петра Могилы,
г. Николаев, Украина*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭТИКИ БИЗНЕСА

Цель статьи заключается в определении сущности и основного назначения этики бизнеса и проведении анализа основных проблем этики бизнеса в современных условиях. В процессе исследования были применены общенаучные методы: анализ (для формирования основных проблем этики бизнеса), сравнение (при сопоставлении этического поведения различных предприятий), синтез (для обобщения понятия этика бизнеса). Обнаружено, что каждое предприятие имеет свою систему морали, но люди идут на компромисс с собственными ценностями под влиянием условий деловой организации, в которой они работают, потому необходимо использовать такие меры и методы, как этические кодексы, карты этики, комитеты по этике, социальные ревизии, обучение этическому поведению, этическая экспертиза, этическое консультирование. Проведенное исследование позволило изучить проблему этики бизнеса, провести оценку и дать рекомендации по внедрению принципов этики в бизнес-среду. Полученные результаты могут быть использованы при построении добрососедских отношений между предприятиями.

Ключевые слова: *этичность бизнеса; социальная ответственность; нормы морали бизнеса; конкурентоспособность.*

L. S. Melnychuk,

Petro Mohyla Black Sea State University, Mykolayiv, Ukraine

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL WAYS OF THE FORMATION OF BUSINESS ETHICS

Purpose. *The aim of this paper is to determine the nature and fundamental purpose of business ethics and conduct analysis of the major problems of business ethics in the modern world.*

Methodology of research. *The study used general scientific methods – analysis (for the formation of the major problems of business ethics), comparison (when comparing the ethical behavior of different companies), synthesis (to generalize the concept of business ethics).*

Findings. *It was found that each company has its own system of morality, but people are going to compromise with their own values under the influence of the conditions of business organization in which they work, so it is necessary to use such measures and methods as ethical codes, ethics cards, ethics committees, social audit, training, ethical behavior, ethical expertise, ethical counseling.*

Originality. *The study made it possible to explore the issue of business ethics, conduct their assessment and make recommendations on the implementation of the principles of ethics in the business environment.*

Practical value. *The results can be used for building good relations among enterprises.*

Keywords: *business ethics; social responsibility; morality business competitiveness.*

Рецензенти: *Горлачук В. В., д. е. н., професор;
Навроцький С. А., д. е. н., професор.*