

ЕТИКА БІЗНЕСУ

Етика бізнесу – система загальноетичних норм правил поведінки суб'єктів підприємницької діяльності її взаємодії та спілкування. Загалом етика ділових відносин досліджує безособистісні, практично-утилітарні відносини людей з метою їх гармонізації, гуманізації, узгоджує їх з моральними вимогами. Проблемне поле етики бізнесу є вужчим і конкретнішим, ніж етики ділових відносин, оскільки її наукові інтереси обмежені сферою підприємницької, комерційної діяльності.

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

Уже не одне століття у західному світі вважають нормальним (природним) суспільство з ринковою економікою і нормальною (природною) поведінку людини – ринкову поведінку. Неринкова поведінка розцінюється як ненормальна, неприродна, штучна, як потворний наслідок втручання у приватне життя особи зовнішніх щодо неї сил, передусім держави. Для багатьох громадян, особливо старшого покоління, посттоталітарних держав, у тому числі й України, таке бачення людини поки що є неприйнятним. Вони вважають, що ринок, бізнес є сферою реалізації індивідуалістичних, егоїстичних інтересів людини, які породжують експлуатацію, економічне, соціальне відчуження людей і багато інших негуманних явищ суспільного буття. На їх погляд, подолати цю проблему можна лише на основі суспільної власності на засоби виробництва. Однак спроби побудувати суспільство на засадах суспільної власності, яка унеможливило функціонування ринкової економіки і відповідну поведінку людей, зазнали краху. З'ясувалося, що позбавлені змоги реалізувати власні егоїстичні, індивідуалістичні прагнення люди стають пасивними, безініціативними, нездатними самостійно приймати рішення і діяти, перекладають відповідальність за своє соціальне буття на державу, проявляють гіпертрофовані сподівання на сильну руку, що породжує безліч моральних проблем. Ділова етика в широкому сенсі – це сукупність етичних принципів і норм, якими повинна керуватися організація та її члени у сфері управління та підприємництва. Вона охоплює явища різного порядку: етичну оцінку як внутрішньої, так і зовнішньої політики організацій в цілому, моральні принципи членів організації, тобто професійна мораль, моральний клімат в організації, зразки моральної поведінки, норми ділового етикету – ритуалізовані зовнішні норми поведінки. Завдання ділової етики – моделювання діяльності компанії як етичних і соціально-відповідальних суб'єктів, доведення до їх свідомості можливості етичних наслідків управлінських рішень, допомогти їм оцінити моральні аспекти діяльності менеджера. Важливою складовою ділової етики є високий професіоналізм, який дозволяє професійно та кваліфіковано вести справу і уникати провалів через некомпетентність чи недосвідченість.

Етика бізнесу сьогодні функціонує на трьох рівнях: 1. Світовий рівень (гіпернорми). Ці норми базуються на загальнолюдських цінностях і зафіксовані в «Принципах міжнародного бізнесу» - всесвітньому етичному кодексі, прийнятому в 1994 р. в Швейцарії представниками провідних компаній і консультантами із США, Західної Європи та Японії.

В стислому вигляді вони зводяться до соціальної відповідальності бізнесу (створення суспільних благ, робочих місць, підвищення рівня життя клієнтів, службовців і акціонерів, а також населення в цілому); модернізація технологій, методів виробництва, маркетингу і комунікацій, підвищення довіри до бізнесу; повага до правових норм і забезпечення рівних можливостей в конкуренції і т.д. Особливо виділяють моральні обов'язки компаній та підприємців по відношенню до: покупців, робітників, інвесторів, постачальників, конкурентів, місцевого населення. Макрорівень в масштабі галузі чи національної економіки. Це гіпернорми і близькі до них етичні постулати, які реалізуються в галузевих чи національних кодексах етики бізнесу. Мова йде про повагу до приватної власності і ринкової конкуренції, достовірності інформації, відсутність несправедливої дискримінації на ринку праці.

Мікрорівень в масштабі окремої фірми та її клієнтів. Це принципи довіри і відсутність дискримінації у відносинах між постачальниками і покупцями, персоналом та адміністрацією, менеджерами та акціонерами. Їх порушення призводять до втрати чи зростання накладних витрат, конфліктних ситуацій і тому подібного. На даному рівні вирішуються приватні етичні проблеми, які виникають у сфері управління людьми. Дані принципи доволі таки важко втілювати в реальному житті. Оскільки часто менеджери, які звикли до кількісних критеріїв ефективності і відчуваючи нестачу часу, часто нехтують

етичним вирішенням проблем. Непросто також оперувати різними рівнями етичних норм. Гіпернорми можуть суперечити мікрорівневим нормам і іншим конкретним завданням бізнесу.

Допомогти тут можуть стандартні прийоми і деякі нові рекомендації спеціалістів по введенню етичних рішень у практику управління. Ідеальних управлінських рішень звісно не існує. Оволодіння стандартними прийомами дозволяє менеджеру висловити своє рішення зацікавленими сторонами, а останнім – оцінювати якість моральних аргументів. Етика бізнесу, як відомо, є дуже молодою спеціальністю, і досі дуже багато людей схильні до скептичного бачення наслідків поєднання теорії (чи тим більше практики) бізнесу з етикою як галуззю філософії. Проте, останнім часом цілий ряд факторів призводить до все зростаючого зацікавлення бізнесменів етичними питаннями. Спостерігається інтенсивне зростання боротьби за інвестиції, причому у світовому масштабі. Це призводить до зростання ролі інвестиційних фондів, які, в свою чергу, зацікавлені в додаткових гарантіях повернення своїх інвестицій з прибутком. Тому набуває поширення практика створення кодексів етики бізнесу. Іноді такі кодекси підписуються однією компанією, іноді – декількома, здебільшого ці документи не мають додаткової до існуючих нормативних актів юридичної сили, але можуть означати для інвестора набагато більше, ніж десятки законів. Розвиток інформаційних технологій (і пов'язаний з ним розвиток мас-медіа) робить капітал все більш відкритим для контролю, і тому – все важче стає назавжди приховати інформацію про махінації і т. п.

Наприклад, останні гучні скандали навколо ряду великих американських компаній у своїй більшості стосувалися навіть не скільки порушень закону, скільки порушення принципів етики бізнесу, і як наслідок – зруйнування загальної довіри, якої досягали протягом десятків років. Релігійний та культурний плюралізм (особливо останнім часом) призводить до зруйнування і розмивання уявлення про критерій добра і зла (при цьому всі люди оперують цими поняттями), що саме по собі викликає зацікавлення в цих термінах та їхньому правильному використанні.