**Тема 12. Ділова етика в бізнесі**

Ділова етика — це система загальних етичних норм і правил поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, їх спілкування і взаємодії. Вона виявляється як на мікрорівні — це моральні відносини в організаціях, так і на макрорівні — це моральні відносини між суб'єктами господарської діяльності.

Ділова етика регулює відносини бізнесмена, підприємця, менеджера зі своїми партнерами, конкурентами, клієнтами, працівниками тощо. З огляду на неї відбувається:

• виконання норм та правил державного регулювання, що встановлюють заходи контролю з боку держави за додержанням законодавства, стандартів, постанов та розпоряджень з конкретних питань підприємницької діяльності. Повага до Закону є одним з найважливіших життєвих принципів, яким повинен керуватися бізнес, бо він може нормально розвиватися тільки в правовій державі на основі розвиненого законодавства. Водночас держава повинна сприяти підвищенню етичних норм та культури бізнесу стимулюванням чесності, сумлінності і порядності та покаранням за порушення моралі відповідними санкціями;

• регулювання відносин між економічними суб'єктами ринку на підставі виконання договірних зобов'язань та дотримання права.

Дотримання культури ділового партнерства — дотримання партнерських відносин, побудованих на довірі, добропорядності, чесності, почутті обов'язку, вмінні тримати своє слово; виключення обману, безвідповідальності, зловживань довірою партнера та ін., а також забезпечення етичного ставлення підприємця до своїх працівників, повага до людей та почуття гуманності.

Етика взаємовідносин із конкурентами: запобігання таємних угод на ринках; додержання правил та норм, що стосуються реклами, використання товарних знаків, прав захисту промислової власності; використання соціально прийнятних пріоритетів і критеріїв для оцінки конкурентних стратегій; вихід із сумнівних ринків під час виникнення значних етичних проблем;

• регулювання відносин бізнесу із споживачами. Йдеться про сумлінне ставлення до споживача. Реклама повинна мати чесний та достовірний характер, а також задовольняти вимоги споживачів щодо кількості, якості, асортименту, новизни, технічних характеристик товарів, що випускаються на ринок. Передбачається обов'язкове дотримання стандартів та вимог щодо сертифікації продукції, забезпечення інтересів споживачів; безпечність товарів (послуг, робіт); надання інформації про товари і технологію їх виготовлення; право вибору покупцем товарів (послуг, робіт); урахування вимог споживачів; спонсорування освітніх програм безпечного використання продукції; поліпшення пакування і маркування; підвищення споживчої цінності продуктів; зменшення забрудненості продуктів;

• відносини бізнесу із суспільством. Передбачається, що керівники зобов'язані приймати рішення і здійснювати дії, спрямовані на підвищення рівня життя як працівників самої організації, так і суспільства в цілому;

• формування етики відносин зі співробітниками: відсутність будь-якої дискримінації у сфері зайнятості; особливий статус працівників із обмеженою дієздатністю; охорона здоров’я і техніка безпеки; навчання і розвиток персоналу; обговорення кар’єри; дитячий день для працюючих батьків; програми оздоровлення і стрес-менеджменту;

• забезпечення етики довкілля: контроль забруднення; захист середовища; збереження природних ресурсів; утилізація (переробка) відходів; уникнення несприятливого впливу фірми на природне середовище; дотримання екологічних стандартів; участь у поліпшенні екології;

• дотримання міжнародних правил етики ведення бізнесу:

- дотримання етичних стандартів, прийнятих у всьому світі;

- урахування національної культури;

- залучення місцевого персоналу;

- підтримка країн, що розвиваються, шляхом розвитку фірм з міжнародними конкурентними стратегіями;

- дотримання відповідальності між країнами в умовах вимушеного закриття підприємств.

Сформовані норми моральності є результатом тривалого за часом процесу становлення взаємин між людьми. Без дотримання цих норм неможливі політичні, економічні, культурні відносини, тому що не можна існувати, не поважаючи один одного, не накладаючи на себе певних обмежень.

Етика бізнесу – філософська дисципліна, що вивчає етичні засади діяльності людини в бізнесі.

Система поглядів на етику бізнесу знаходиться на стадії становлення. На сьогодні науковці так і не дійшли єдиної думки щодо визначення етики бізнесу. Одні стверджують, що це сукупність моральних норм, правил та уявлень, які регулюють ставлення, поведінку і взаємовідносини людей в процесі їх виробничої діяльності. На думку інших авторів, етика бізнесу розглядає насамперед взаємозв'язок цілей і засобів бізнесу та специфічно людських цілей.

Етика бізнесу - ділова етика, що базується на чесності, відкритості, вірності даному слову, здатності ефективно функціонувати на ринку відповідно до діючого законодавства, встановлених правил і традицій. У міжнародній комерційній практиці етика бізнесу — це сукупність норм і правил, розроблених і прийнятих на багатосторонній основі, які визначають відносини між господарськими суб'єктами різних країн, що виступають контрагентами в міжнародних угодах.

Етика бізнесу — складова етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької, комерційної діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації.

Функціонування етики бізнесу пов'язане з неоднозначним трактуванням такої філософської проблеми, як сумісність (несумісність) бізнесу і моралі, а відповідно, і науки про неї. Іноді кажуть, що поняття "етика бізнесу" є оксюмороном (поняття, введене П. Друкером), тобто суперечливим у самому поєднанні слів, протилежних за своїм значенням (типу "мокрий вогонь" або "гарячий сніг"). До того ж про яку культуру" про яку етику можна говорити в умовах жорсткої конкуренції, боротьби за виживання, пресингу з боку владних структур? На жаль, у нашому суспільстві бізнес-діяльність асоціюється з жорсткою поведінкою щодо один одного. Проблема полягає у тому, що те, що є благом для одного, не завжди буде благом для другого. У такому разі виникає своєрідна моральна суперечка, коли кожна із сторін вважає свою (і тільки свою!) позицію правильною. Але ж на рівні здорового глузду ми розуміємо, що економіка може бути ефективною, бізнес успішним тільки тоді, якщо його учасники керуватимуться загальнолюдськими моральними цінностями.

Систему моральних цінностей, яку доцільно впроваджувати в суспільстві ринкових відносин, детально описав відомий американський психолог і філософ Е. Фромм. Змальовуючи ринковий соціальний характер у праці "Психоаналіз і етика", він зазначає, що у діловому спілкуванні проявляється ставлення до себе та інших як до товару, який можна як найвигідніше продати й купити. Отже, на жаль, цінність людини полягає в тому, що вона є товаром. Хто ж захоче мати справи, тим паче довгострокові відносини, з партнерами, яким не можна довіряти? Тому менеджерам для успішного бізнесу необхідно формувати імідж "хорошого", надійного партнера. І ті, хто це розуміють, докладають багато зусиль та коштів для створення позитивного іміджу і його постійного підтримання, щоб партнери по бізнесу та клієнти ставилися до них з довірою. Якщо ж повсякденні дії не відповідають такому іміджу, то рано чи пізно партнери підуть геть, клієнти втратять довіру. Наслідком цього може стати банкрутство організації.

Розвинені країни світу дуже піклуються про формування позитивного іміджу своїх компаній та його повсякденне підтримання. Наприклад, у Сполучених Штатах Америки в законодавстві щодо бізнесу враховуються такі загальнолюдські цінності, як чесність, прямота, довіра та справедливість у комерційних стосунках. Тут великого значення надають розкриттю інформації як одному з правил етики бізнесу. Це робиться для того, щоб не допускати монопольного становища виробників на ринку; не давати можливості комусь диктувати суспільству свої умови та стандарти поведінки; не допускати переваг іноземних компаній над національними тощо. В американському бізнесі неетичною поведінкою є хабарництво, шахрайство, корупція, несплата податків (це переслідується законом). Якщо менеджера буде піймано на тому, що взяв цінний подарунок від клієнта, то від його послуг компанія відразу відмовляється, хоча він є успішним менеджером і приносить компанії прибуток.

Говорячи про етику бізнесу, відомий менеджер Джордж Сорос у книзі "Криза світового капіталізму" пише, що сучасне суспільство страждає від гострої нестачі загальнолюдських цінностей і що ринкові цінності проникли в такі галузі суспільства, які раніше керувалися неринковими відносинами (наприклад, політику, право, медицину, освіту тощо), і накладають на них, а також на міжособистісні взаємини свій відбиток. Особливо це виявляється в країнах з перехідною економікою, де моральні норми іноді розглядаються як перешкода для досягнення прибутків, а соціальні цінності поступаються ринковим. Коли ж мотив прибутку підноситься до рівня морального принципу, то починає процвітати корупція. Тоді компанії, що створюються, наприклад, у галузі охорони здоров'я, працюють не заради спасіння життя людей, а для того, щоб отримувати прибуток. А найгіршим є те, що в такому суспільстві про людей судять не за їх чеснотами, діловими і розумовими здібностями, а за тим, скільки грошей вони приносять. "Зведення прибутку в ранг етичного принципу — це найбільша помилка людства, — пише Дж. Сорос, — а підміняти меркантильними цінностями всі інші — означає штовхати людство в напрямі небезпечного дисбалансу і подавляти всі людські сподівання".

Етика бізнесу заснована на основних принципах загальної теорії моралі, загальнолюдськими цінностями. Оскільки підприємницька діяльність породжує специфічну мораль, то етика бізнесу досліджує насамперед її специфіку.

Етика бізнесу розглядає взаємозв'язок цілей і засобів підприємництва, вплив дій підприємця на своє становище і становище працівників фірми, суспільства. До її компетенції належить дослідження моральних аспектів законодавства у сфері праці, трудових відносин і розподілу суспільного продукту. В цьому контексті вона найчастіше послуговується категорією ―справедливість‖, розмірковуючи над різними вимірами справедливості конкретних законодавчих актів і норм. Водночас вона дуже чутлива до чинників, покликаних забезпечити гармонійне співвідношення інтересів власника й інвестора, роботодавця і працівника, замовника і постачальника, фірми і споживача. Наприклад, вона не може залишитись байдужою до такої проблеми, як участь відомих спортсменів у створенні іміджу підприємств, які виробляють слабоалкогольну продукцію, до чи після спортивних телепрограм тощо. Не може вона бути байдужою і до таких питань, як існування бідності широких мас і зосередження значних багатств у руках незначної кількості населення, відносини малих і великих фірм, конкуренція, лобізм, ціноутворення, правдивість реклами. Реагує етика бізнесу на проблеми збереження навколишнього природного середовища. З цих та багатьох інших питань вона переконує, що мінімальний моральний обов'язок бізнесу полягає в тому, щоб не шкодити суспільству, людині, довкіллю.

Таким чином, Етика бізнесу - наукова дисципліна, що вивчає застосування етичних принципів у ділових ситуаціях, аналізує моральні відносини в бізнесі в контексті загальної етичної теорії, психології, економіки, стратегічного планування, фінансів, обліку, маркетингу тощо. Також представляє собою інструмент аналізу і вирішення проблем, які виникають перед людиною, що займається бізнесом.

Причини неетичної поведінки:

- недостатність законодавчої та нормативно-правової бази;

- значний обсяг тіньової‖ економіки;

- конкурентна боротьба, що відсуває на дальній план етичні міркування;

- зростаюче прагнення звітувати про рівень прибутковості за дедалі коротші періоди, тобто у кожному квартальному звіті;

- відсутність належного стимулювання етичної поведінки керівників;

- загальне зниження ролі етики в суспільстві;

- певний тиск на рядових працівників з боку організації з метою пошуку компромісів між їхніми цінностями вищого керівництва;

- низькі моральні якості членів суспільства.