

# Кодекси етики ділових відносин

*О.Й. Лесько, М.Д. Прищак, В.В.Кушнір (м. Вінниця)*

Чи може бізнес бути етичним? Чи має право на існування поняття "етика бізнесу"? Питання, яке в сучасних вітчизняних економічних реаліях розвитку ринкових відносин ще не знайшло однозначної відповіді.

Довгий час це питання було дискусійним як для західного світу, де комерція для частини суспільства вважалася "сатанинською справою" (Ш. Бодлер), так і, особливо, в історії вітчизняного бізнесу. (Можемо привести приклад негативного ставлення до діяльності купців, коли саме слово "купець" несло у собі презирливий відтінок).

Потрібно визнати, що бізнес як суспільне явище (наряду з іншими: наука, політика та ін.) є явищем складним і тому ми не можемо судити про взаємодію бізнесу та етики з "простих позицій добра і зла" (Д. Брейбрук). Але з іншого боку, бізнес, як складова суспільного життя, не може розвиватися абсолютно незалежно від традицій, моралі, релігії, законів суспільства. Тому, моральний розвиток суспільства, об'єктивно впливав і впливає на поступову "етизацію" сфери бізнесу.

Значну роль в процесі розвитку етики ділових відносин відіграла релігія, яка впливала на формування нового типу підприємця, якому, як зазначав у своїй роботі "Протестантська етика і дух капіталізму" М. Вебер, "не притаманна" показова розкіш і марнотратство [1]. Саме під впливом протестантизму змінювалося відношення західного суспільства до багатства, приватної власності. Власність, багатство вважалися результатом успішної діяльності людини, а успіх – символом благодаті. Таке поєднання економіки та релігії вивільняє людську енергію, збагачення стає релігійно-етичною місією.

Загальний розвиток суспільства, моральний прогрес, поступово вели до того, що з початку ХХ століття у сфері бізнесу почали формуватися інші цінності, відбувався процес поступового поєднання бізнесових і моральних пріоритетів, поєднання двох базових засад бізнесу – моральність та успіх. В цей період визначаються етичні принципи ведення справ [8]:

- поважай право приватної власності;
- люби та поважай людину;
- будь вірним своєму слову;
- живи за доходами;
- будь цілеспрямованим;
- поважай владу.

У Європі і США, незважаючи на наявні дискусії і розбіжності про те, яке місце етика займає в діяльності професійних бізнесменів, прихильники наявності етики в бізнесі відстоюють положення про те, що етичні принципи сприяють підтримці рентабельності, конкурентоспроможності й ефективності компаній. Такі універсальні моральні цінності як чесність, справедливість, відповідальність, трансльовані в практичну діяльність, пов'язану з різними варіантами підприємництва, сприяють стабільності, погодженості, цивілізованості [7].

Початок етики бізнесу як окремої сфери знання датується серединою 70-х років. Саме з цього часу стали організовуватися конференції, семінари, присвячені етиці бізнесу. Вчені, представники бізнесу активно працюють над визначенням етичних принципів на міжнародному, регіональному, професійному, корпоративному рівнях.

Найбільш важливим кроком у цьому напрямі можна вважати прийняту в 1994 р. у швейцарському місті Ко Декларацію Ко – "Принципи бізнесу". Свідченням того, що світ, незважаючи на проблеми, в цілому рухається до вироблення загальної, глобальної етики, свідчать документи першого всесвітнього конгресу з етики, бізнесу та економіки (Токіо, 1996) та інших міжнародних форумів.

З кожним роком розширюється усвідомлення етики бізнесу як складової ділової культури в різних країнах світу. Так, у серпні 2000 р. в Росії відбулася конференція "Бізнес і культура світу: репутація вітчизняного підприємництва та образ Росії у III тисячолітті", на якій було прийнято "Принципи ведення справ у Росії".

Особливо значне місце етичним аспектам розвитку бізнесу та менеджменту відводиться в США. Американці в цій сфері вважаються лідерами. Етиці бізнесу у США присвячено близько 50 монографій, читається більше ніж 500 курсів лекцій в університетах, видається декілька газет (“Газета з етики бізнесу”, “Бізнес і професійна етика”). В комп’ютерному каталозі Каліфорнійського університету більше ніж 340 книг і статей, присвячених цій темі [17].

Проблеми ділової етики протягом багатьох років були темою широкої дискусії в бізнесі, уряді та суспільстві в цілому. В країні протягом усієї її історії склалися стійкі традиції та цінності, які підкріплювалися і вдосконалювалися системою законодавства. В першу чергу це такі загальнолюдські цінності як чесність, правдивість, довір’я і справедливість в комерційних взаємовідносинах; виконання зобов’язань; здорова конкуренція; винагорода, сумірна з роботою.

Етично недопустимим та підлягаючим покаранню по закону в американській концепції етики бізнесу є: корупція (дача взятки, вимагання); шахрайство; приховування доходів від оподаткування; надання недостовірної інформації в фінансовому звіті фірми).

Українське суспільство також рухається в напрямі визначення та утвердження принципів етики бізнесу, які, з одного боку, увібрали б у себе кращі традиції ділової культури українців, а з іншого – кращі норми цивілізованого бізнесу. Вітчизняні вчені, політики, бізнесмени намагаються знайти відповідь на питання, що потрібно зробити аби етичні норми бізнесу стали реальністю? Результати соціологічних досліджень свідчать, що для встановлення етичних принципів ведення бізнесу необхідні такі кроки [17]:

- розумна податкова політика;
- чітке та стабільне правове регулювання економіки;
- ліквідація організованої злочинності, корупції;
- політична стабільність;
- професійність підприємців;
- рівні умови для всіх для ведення бізнесу;
- формування у суспільстві позитивного іміджу підприємця;
- формування корпоративної етики підприємців;
- навчання етичним основам бізнесу.

Значну роль в розвитку бізнесу, підвищенні ефективності діяльності організації відіграє менеджмент, важливою складовою якого має бути етика, яка базується на системі принципів і норм, що характеризують поведінку керівників і рядових працівників організації стосовно суспільства, інших організацій, груп, а також у відносинах між собою.

Етичною має бути також кадрова політика. Так, згідно з Артуром Воллержу, кадрова політика “BMW” визначається такими принципами [6]: орієнтація образу дій на етичні цілі, велику людяність, ліберальність і терпимість, прагнення до справедливості, принцип дії і протидії, самостійність і індивідуальність, самоствердження в роботі, влада, ієрархія, прагнення до соціальних контактів, інформація і комунікація, вільне вираження думки, прагнення до безпеки, соціальна користь праці і демократія.

Реалізацію головної мети й основних завдань менеджменту здійснюють менеджери. Вони використовують різні методи, стратегію і тактику управління колективом людей. Сучасний менеджер повинен виконувати ролі керівника, лідера, дипломата, вихователя, ін новатора тощо. Менеджер, приймаючи те чи інше рішення, повинен пам’ятати, що суспільство звертає увагу і на етику, і на тверде дотримання законів, і тому йому варто дотримуватись найвищих стандартів відповідальності.

Відомий менеджер ХХ століття Лі Якокка, сформулював такі постулати мистецтва управління [6]:

- Уміння контактувати з людьми – це все і вся.
- Щоб мати успіх в бізнесі, як, зрештою, і майже у всьому іншому, найголовніше – це вміння зосередитися і раціонально користуватися своїм часом.
- Тому, хто хоче стати фахівцем у галузі вирішення будь-яких завдань бізнесу, треба насамперед навчитися визначати пріоритети.
- Єдине, чим ти володієш як людська істота, – це твоя здатність міркувати, це твій здоровий глузд. У цьому твоя єдина перевага перед мавпою.

- Помилки роблять усі. Біда в тім, що більшість людей просто не хоче їх відверто визнавати.
- Якщо справді віриш у те, що робиш, варто наполегливо домагатися свого, навіть попри безліч перешкод, що виникають на шляху.

А не менш відомий менеджер Джек Уелч, який понад 20 років ( до 2001 р.) очолював компанію “Дженерал електрик”, визначив такі аспекти діяльності менеджера [9]:

- у новому тисячолітті, сповненому жорсткої конкуренції, необхідно вести людей до цілі, не командуючи ними, а запалюючи, надихаючи їх;
- треба вміти розробляти не план дій, а знаходити ключову ідею, яка дасть можливість кожному виявляти творчість, неординарний підхід і, водночас об’єднуватиме всіх;
- щоб реалізувалися кращі ідеї, важливо вміти долати бар’єри в спілкуванні між людьми, створювати умови для постійного професійного та особистісного зростання кожного працівника, незалежно від посади, віку, досвіду тощо.

Ефективність роботи менеджерів оцінюється досягнутими організацією техніко-економічними показниками: ростом обсягу виробництва; ростом продуктивності праці; фондовіддачею; собівартістю; рентабельністю. Але, недотримання норм етикету, недостатність кваліфікації, досвіду, умінь і навичок менеджера організації може поставити цю організацію у вкрай несприятливе становище, навіть довести до банкрутства. Саме тому менеджер має постійно і все життя вдосконалювати себе.

Становлення етичних норм в бізнесі та менеджменті має розпочинатися з конкретної організації. Все частіше організації, фірми, для яких суспільна думка про чесність і добropорядність стоїть вище бажання максимізувати прибуток будь-якими способами, розробляють Кодекси етики ділових відносин (корпоративні кодекси), які [5]:

- вказують менеджерам і працівникам як чинити, приймаючи рішення на основі аналізу цінностей;
- формально зобов’язують всіх працівників зважати на етичні аспекти рішень, які вони приймають;
- є основою для дискусій з питань етичного поведіння.

Кожна компанія розробляє свій етичний (корпоративний) кодекс з відповідною назвою: Кодекс етики, Кодекс цінностей, Кодекс поведінки, Звід правил, Звід цінностей і принципів. Наприклад:

- Кодекс ділової етики (“Проктер енд Гембл”);
- Кодекс принципів ділової етики (“Юнілевер”);
- Кодекс ділової поведінки (“Кока-Кола”);
- Звід загальних ділових принципів компанії (“Ройял-датч-Шелл”);

Перші етичні (корпоративні) кодекси з’явилися у США на початку ХХ ст. До кодексів включалися стислі формулювання ідей (приклади: “Працювати в ім’я кращого життя, кращого світу для всіх”, “Компанія дотримується стандартів системи вільного підприємництва” та ін.) та перелік деяких норм поведінки з клієнтами та конкурентами.

З початку 50-х років процес прийняття кодексів поширюється не тільки на американські, але й на європейські, канадські, японські фірми. Аналіз літератури дає можливість уявити структуру, наприклад, японських кодексів [17].

А. Ставлення до компанії:

- відданість;
- вдячність.

Б. Ставлення до роботи:

- ретельність;
- відповідальність;
- старанність;
- ощадливість;
- почуття гордості за свою роботу.

В. Ставлення до старших:

- повага;

- чемність.

Г. Ставлення до співробітників:

- співробітництво;
- визнання заслуг.

В кодекси поступово включаються положення про подарунки, хабарі, стосунки з клієнтами, про навколишнє середовище, про здоров'я та безпеку. До порушників положень кодексів передбачалися санкції (зауваження, звільнення). Від робітників організації у багатьох випадках вимагалася письмова згода про дотримання вимог кодексу.

Прикладом розробки сучасного кодексу може бути Кодекс ділової етики компанії “Проктер енд Гембл”, у якому визначені основні морально-етичні цінності та принципи діяльності компанії.

Цінності, на яких базується діяльність компанії [2]:

- колектив, який складається з найкращих у світі спеціалістів;
- господарське ставлення до майна компанії (як до власного); прагнення до забезпечення довгострокової успішної діяльності компанії, до виконання покладених завдань, підвищення ефективності праці;
- чесність і відкритість у відношеннях між робітниками; дотримання букви закону; прийняття рішень на основі повної інформації і обґрунтування її оцінки на основі можливих ризиків;
- намагання бути кращими у виконанні покладених завдань; підвищення якості роботи; здійснення лідерства у своїй сфері;
- взаємне довір'я у стосунках між колегами, замовниками і користувачами.

Принципи і правила поведінки, які базуються на основі моральних цінностей, зводяться до такого:

- повага до особистості кожної людини;
- нероздільність інтересів компанії і кожного робітника;
- цілі і принципи чітко визначені і погоджені;
- основою успіху є новаторство;
- орієнтація у виробничій сфері на запити споживачів, на тісні, взаємовигідні відношення з замовниками і суміжниками;
- заохочення професійної майстерності робітників;
- намагання бути кращими у всіх галузях, які мають для компанії певне значення;
- спільна діяльність в дусі взаємного довір'я і партнерські відношення з замовниками, постачальниками, вищими навчальними закладами, державними органами.

В компанії “Техас Інструментс” розроблена етична програма для всіх 60 тис. розкиданих по всьому світу працівників. Нею керує директор по етиці, який має річний бюджет 700 тис. Дол. Компанія регулярно розсилає по своїй всесвітній електронній мережі статті про правила прийому подарунків, про випадки крадіжок, незаконному копіюванні програмного забезпечення, прийнятих в різних країнах нагородах за дотримання етичних принципів компанії. З директором по етиці можна зв'язатися по безкоштовній “гарячій” телефонній лінії, по якій робітники, зберігаючи анонімність, можуть зробити повідомлення або відправити листа по спеціальному адресу або електронною поштою. Увага до питань етики в компанії обумовлена її стратегічною позицією: “Наша добра репутація також важлива, як і технології, які ми виробляємо”. Ця компанія свій перший моральний кодекс розробила в 1961 р. і в подальшому його строго дотримувалася [4].

В компанії “Мак Донелл Дуглас” кожен співробітник одержує картку, на якій приведений скорочений варіант морального кодексу компанії і правила прийняття етично вірних рішень. Таку картку зручно мати завжди при собі. Компанія вимагає від своїх співробітників дотримання жорстких етичних стандартів. В моральному кодексі компанії підкреслюється: “Чесність і етика існують винятково всередині людини або зовсім відсутні. Або індивід веде себе чесно і етично, або ні. Щоб чесність і етичність були символами, ми, члени Корпорації, повинні старатися:

- бути чесними, заслужувуючими довір'я в любых відношеннях;
- виконувати покладені перед нами задачі і взяті на себе обов'язки;

- конструктивно співробітничати, допомагати колегам влюбій роботі;
- чесно і розумно відноситися до своїх колег, покупцям та іншим людям;
- дотримуватися законів у всіх наших діях;
- вірно служити своїй компанії, докладати всі свої сили до покращення якості життя у світі, в якому ми живемо.

Чесність і дотримання високих етичних стандартів вимагає важкої роботи, мужності і (часом) нелегкого вибору, деколи нам приходится відмовлятися від спокусливих можливостей. Але в кінцевому рахунку наші добрі справи ідуть нам же на користь” [4].

В компаніях все частіше створюються *Комітети з етики*, в склад яких входять представники вищого керівного складу і на яких покладена відповідальність спостерігати за дотриманням робітниками етичних принципів і виносити рішення у випадку виникнення спірних ситуацій. Наприклад, комітет з етики компанії “Моторола” має право інтерпретувати і корегувати основні положення морального кодексу, інформувати співробітників про внесені в нього зміни, а також виносити рішення відносно робітників, які порушують кодекс.

В деяких компаніях призначається *Комісар, або уповноважений з питань етики*.

Широко використовуються в компаніях *навчальні програми*, які спрямовані на розповсюдження принципів етики серед робітників.

За даними досліджень, майже всі великі американські корпорації та половина невеликих фірм мають свої Етичні кодекси. В Західній Європі існує певна недовіра до ефективності впливу кодексів на моральне вдосконалення співробітників. Кодекси тут з’явилися лише всередині 80-х років, а процес їх розробки і впровадження проходить дещо повільніше ніж у США. Так, в Канаді кодекси мають приблизно 50% компаній, а в Англії – близько 40 %.

Досвід розробки і впровадження Етичних кодексів показує, що це тільки перший крок до використання норм ділової етики. На цьому шляху виникають певні проблеми. Головна з них полягає в тому, як досягти міри, балансу між етичним та економічним полюсами бізнесу. Від менеджерів дуже часто вимагають добиватися поставлених цілейлюбими способами.

Є також потреба в розробці практичних механізмів, за допомогою яких менеджери зможуть сформувати етичну поведінку співробітників організації.

Прикладом до вищенаведеного є слова керівника вашингтонської організації “Етичний ресурсний центр” Майкла Дегно: “На мою думку, чимало сучасних корпорацій страждають на певний моральний дуалізм, коли співробітник може почепити свою етику на гвіздок і сказати: “А тепер я займаюсь бізнесом і діятому не так, як навчаю робити свого семилітнього сина”. Я думаю, що для нашої культури така практика є особливо небезпечною” [3]. Як вважає Дерлоу Дес, єдиним виходом із цієї ситуації “є пошук шляхів перетворення етики на ключову цінність компанії, якій надається пріоритет у процесі прийняття рішень” [3].

### Література

1. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму: пер. з нім. О. Погорілого / Макс Вебер. – К. : Основи, 1994. – 261 с.
2. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник / Й. М. Гах. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
3. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К. : СУ. – 2006. – 350 с.
4. Герчикова И. Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики: учебн. пособие / И. Н. Герчикова. – М. : Консалтбанкир, 2002. – 576 с.
5. Дерлоу Дес Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень: пер. з англ. / Дерлоу Дес. – К. : Наукова думка, 2001. – 242 с.
6. Мартиненко М. М. Основи менеджменту: підручник / М. М. Мартиненко. – К. : Каравела, 2005. – 496 с.
7. Проценко О. П. Етикет в просторі практичної філософії / О. П. Проценко. – Харків : ХНУ, 2002. – 240 с.
8. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 280 с.
9. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посібник Г. Л. Чайка. –

К. : Знання, 2005. – 442 с.