

Гирик О.С

Львівський інститут банківської справи

УБС НБУ

## ЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

*Розглядаються питання соціальної спрямованості підприємництва з урахуванням засад, що базуються на основоположних загальнолюдських цінностях у сфері прав людини, норм праці, охорони довкілля і боротьби з корупцією.*

*Ключові слова: соціальна спрямованість, етичні засади, моральні цінності*

*The question of enterprise social direction is examined, taking into account principles which are based on the row of common to all mankind values in the field of human rights, the norms of labour, environment and the fight with a corruption.*

*Keywords: social direction, ethics principles, moral values*

У Європі, як і у всьому світі, відповіддю на виклики глобалізації стало значне посилення соціальної спрямованості провідних компаній. Для України проблема покращення соціального клімату особливо актуальна з огляду на соціально-економічні і соціокультурні умови формування підприємництва, інтеграцію останніх у європейське співтовариство. Вітчизняні підприємці починають усвідомлювати загальну світову тенденцію щодо зростання соціальної функції підприємництва, її вплив на економічну ефективність, конкурентоспроможність підприємств.

Соціальна відповідальність підприємництва в широкому розумінні слова означає його вплив на суспільство.

Наведемо інші визначення соціальної відповідальності бізнесу:

- досягнення комерційного успіху засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот і навколишнього середовища (Бізнес для соціальної відповідальності);
- сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу (Міжнародний форум лідерів бізнесу (IBLF));
- добровільна стратегія, що цілеспрямовано враховує в господарській діяльності суспільні та морально-етичні аспекти у взаємовідносинах з усіма зацікавленими сторонами.

Зазначимо, що комерційний успіх, вигода бізнесу пов'язується з діловою етикою, дотриманням моральних цінностей підприємствами.

Метою дослідження є виявлення впливу наслідків етичної поведінки, моральних принципів для соціально відповідального підприємництва в довгостроковій перспективі.

Питання соціально відповідального підприємництва, ділової етики досліджувалися як вітчизняними так і зарубіжними ученими. Серед них: Котлер Ф., Лі Н., Гес Д., Роговські Н., Дафні В., Керолл А., Герет М. та Клоноскі Дж., Осецький В.Л., Марченко В. М., Кричевський Н., Гончаров С.

Однак донедавна був досить широко поширений скептицизм щодо самої можливості існування етики в бізнесі. Критики наполягають, що ділова етика надто абстрактна і відірвана від життєвих реалій бізнесу, саме поняття “етика бізнесу” вони розглядають як протиріччя в термінах, вважаючи, що фірми неморальні за своєю природою, оскільки націлені перш за все на отримання прибутку і по цій причині ігнорують будь-які наслідки своєї діяльності. Ця думка простежується в роботах класиків економічної теорії. Так, нобелівський лауреат Мілтон Фрідман додержувався позиції, що існує одна і тільки одна соціальна відповідальність бізнесу – підвищувати свій прибуток настільки, наскільки дозволяють правила гри. А Шарль

Бодлер взагалі вважав комерцію сатанинською справою, найпідлішою, найнижчою формою егоїзму [5].

Проте думка про первісно закладену аморальність етики бізнесу, за переконанням відомого дослідника в цій сфері Ричарда Т. Де Джорджа, є міфом. На користь своєї точки зору він наводить такі аргументи. По-перше, якщо бізнес вважати аморальним, то ніхто не вимагав би від нього поведінки, заснованої на моральних принципах. Відтак, не було б бурхливої реакції громадськості на розкриття підкупів, фактів про виробництво небезпечних для споживачів виробів і т. ін. По-друге, рух “зелених” і консьюмеристів не мав би сенсу і бізнес не реагувати би на них. По-третє, зацікавленість бізнесменів, що проявляється в участі його представників на конференціях, виникненні великої кількості кодексів етичної поведінки, навчальних програм з етики [3].

Підприємствам доводиться реагувати на постійно зростаючі вимоги суспільства. Дослідники Девід Гес, Ніколас Роговські та Томас В. Дафні вважають, що рушійною силою переходу до соціальної відповідальності бізнесу став фактор «морального тиску» покупців, інвесторів та працівників, – коли вони, роблячи свій вибір, почали надавати особливої ваги моральності компанії.

Фактично починаючи з кінця 1980-х років комерційний, громадський та державний сектори почали вирішувати актуальні соціально значимі проблеми місцевих громад, а компанії, маючи за пріоритет свою бізнес-вигоду, водночас враховують інтереси всіх партнерів і правило Філіпа Котлера «чинити добро, щоб добре виглядати» [8].

Оскільки економічна діяльність – це діяльність людей, то її можна оцінити з позицій моралі як і будь-який інший вид діяльності. Зв'язок між бізнесом і мораллю не лише прямий, але й глибокий. Бізнес, подібно до більшості інших видів суспільної діяльності, апіорі передбачає моральну основу і без неї був би неможливий. Отже, ділова етика (етика бізнесу) є

одночасно і духовною, і економічною категорією. Суть етики бізнесу – не змінювати чийсь моральні переконання, а покладатися на них.

Автори одного із найпопулярніших у США підручників з етики бізнесу Томас М. Герет та Ричард Дж. Клоноскі, зазначають “... етика – вчення не про мораль. Етика бізнесу повинна вивчати прийняті у бізнесі моральні норми”. Отже, корисність дії для досягнення успіху в бізнесі бачиться критерієм її моральності [1]. А американська дослідниця Лора Неш розглядає етику бізнесу як один з різновидів професійної етики і пропонує таке визначення: це наука, що вивчає відповідність моральних норм людини діяльності та цілям ділової організації. Етика бізнесу не є простим набором певних моральних стандартів і традицій, що склалися у даному суспільстві, а являє собою інструмент аналізу та вирішення проблем, що постають перед моральною людиною, що займається бізнесом [9]. По суті, коло обов’язків бізнесу саме по собі являє моральний вибір, здійснений в першу чергу суспільством і реалізований бізнесом на практиці.

Доведено, що бізнес, який має моральну основу, є вигіднішим і прогресивнішим. Дотримання етики позитивно впливає на стан справ на підприємстві та дає змогу збільшити доходність господарюючого суб’єкта у наступних напрямках: запобігти штрафам і витратам на ведення судових справ; зміцнити суспільну довіру підприємства; збільшити замовлення від постачальників, які поважають і підтримують таку політику; привабити і зберегти високопрофесійні кадри.

Ділова етика поширює науку управління на всі сфери суспільного життя, а саме: на організацію виробництва, функціонування колективу працівників, ведення ділових справ з партнерами і конкурентами тощо. Вона охоплює ставлення фірми до найманого працівника, інших економічних агентів та їх ставлення до фірми; взаємини з непідприємницькими структурами, зокрема: місцевим населенням, владою, навколишнім середовищем. Це також відносини із законами і державою.

Теоретики етики бізнесу виходять із складності стосунків вільної конкуренції і постійної можливості соціальної незлагоди.

Не можна нехтувати соціальним виміром етики бізнесу, - застерігають Томас М.Герет та Ричард Дж. Клоноскі, - оскільки багато серйозних проблем виникають із взаємозв'язків бізнесу і суспільства в цілому. Бізнес часто спричиняє такі соціальні ситуації, які завдають шкоди людям і породжують несправедливість, хоч не лише бізнес несе за це відповідальність [1].

Тож етика бізнесу покликана виконувати роль регулятора стосунків, дотримання певного балансу інтересів на усіх рівнях суспільного життя.

Ясна річ, підприємницька діяльність значною мірою регулюється комплексом норм законодавства (трудового, господарського тощо). І цивілізований бізнес повноцінно може розвиватися тільки в правовій державі. Втім навіть найдосконаліша правова держава не розв'яже проблем етичних основ бізнесу. Тож неможливо погодитись з тезою, що розвинуте законодавство вирішить основні проблеми підприємницької етики, по тій причині, що закон чітко визначає межі можливого і забороненого. Далеко не всі норми можуть бути строго сформульовані. У практичній діяльності підприємця великого значення набувають неформальні контакти між бізнесменами, створення особливої атмосфери довіри, чесності та порядності у ділових стосунках, вірність слову, поважання законів і традицій, тобто тих неписаних правил поведінки і дій, котрі становлять суть поняття "етика бізнесу". Без чесності і порядності в системі відносин між фірмами, банками та окремими фізичними особами ефективна і тривала підприємницька діяльність просто неможлива.

Дотримання підприємством етичних принципів бізнесу вимірюється прагненням її службовців виконувати закони і правила щодо таких питань, як екологічна безпека продукції і якість, службова справедливість, чесність у маркетингу (рекламі) і продажу, використання конфіденційної інформації в особистих цілях, хабарництво.

У кожній галузі чи сфері підприємницької діяльності існують свої правила поведінки, але майже у всіх конкретних випадках вони базуються на:

- чесності й законопослушності підприємця;
- забезпеченні високої якості й технічного рівня своєї продукції;
- забезпеченні безпеки праці;
- чесних і порядних відносинах з постачальниками, клієнтам партнерами по бізнесовій діяльності.

У всіх випадках соціально відповідальне підприємництво виходить із таких засадничих принципів:

- непорушність законів про власність;
- забезпечення своїх робітників працею і заробітною платою, які підвищують їх рівень життя;
- створення умов праці для робітників, які не завдають шкоди їхньому здоров'ю і людській гідності;
- дотримання юридичних зобов'язань перед державою, вчасно й прозоро сплачувати податки, наповнювати державний бюджет;
- створення та збереження відкритого та конкурентного бізнесового середовища;
- відповідальність та порядність перед співробітниками, діловими партнерами, інвесторами, широкими верствами суспільства, а також місцевими громадами;
- професіоналізм ведення бізнесу, включаючи інвестиції в людей, стимулювання інновацій і зацікавленого підходу до роботи;
- колективна моральна відповідальність щодо забезпечення безпеки та якості товарів, послуг;
- чесність і сумлінність у всіх сферах комерційної й управлінської діяльності;

- уникнення дискримінаційної політики і гарантування робітникам рівних прав і можливостей незалежно від статі, віку, расової належності та релігійних переконань;
- недопустимість підкупу посадових та приватних осіб, недопущення пасивної чи активної корупції;
- найвища продуктивність і найбільший прибуток не повинні досягатися за рахунок завдання шкоди довкіллю;
- верховенство людини над матеріальними потоками в процесі виробництва;
- перевага морально-етичних норм перед економічними інтересами.

Соціально відповідальне підприємництво це водночас і колективна моральна відповідальність. Цікавим є факт , що в давньоруському літописі «Повість временних літ», складеному ченцем Києво-Печерського монастиря Нестором, подано своєрідний образ «колективної моралі», або точніше колективної моральної відповідальності. Логіка цієї відповідальності така, що усі люди, які живуть і страждають разом, мають жити праведно [10].

Аналізуючи діяльність багатьох корпорацій, Кіт Девіс та інші дослідники дійшли висновку, що соціальна відповідальність сприяє розвиткові компаній, і навпаки, уникнення соціальної відповідальності звужує можливості успіху організацій. Це дало змогу сформулювати “залізний закон відповідальності”, згідно з яким у довгостроковій перспективі ті, хто не використовує наявну владу в такому напрямі, що його суспільство розглядає як відповідальний, має тенденцію втратити цю владу [9].

З’являється щораз більше свідчень, що мандат бізнесу в розвинутих країнах зазнає суттєвих змін і щораз у більшій мірі фірми в своїй діяльності керуються не лише фінансовими мотивами. На перший план виходить усвідомлення безальтернативності руху бізнесу в сторону позитивних результатів діяльності для всього суспільства.

Соціальні дії підприємців, які дотримуються етичного кодексу поведінки, поліпшують рівень життя регіону або зменшують соціальну напругу, незважаючи на певні витрати, як правило, мають переваги, що проявляються в довготривалості партнерських відносин, високій репутації, що надає певний зиск при формуванні умов договірної співпраці та при залученні кредитних ресурсів; стимулюванні росту прибутку, оскільки у споживачів, партнерів і у місцевого населення формується більш сприятливий образ таких підприємців [6].

Одним із умов здійснення соціально відповідального підприємництва є відношення до хабарництва. Причина, через яку засуджують хабарництво, криється у порушенні принципів справедливості, який опирається на неупередженості відносин. В контексті конкуренції справедливість вимагає відкритості і чесності у веденні бізнесу, а хабарництво створює нечесні умови конкуренції.

Недопустимість підкупу посадових та приватних осіб, включаючи здирництво та хабарництво, є без перебільшення складне економічне, політичне, правове і соціально-моральне явище. Аналізом даного явища займаються економісти багатьох розвинутих ринкових країн, усвідомлюючи, що “широкомасштабне хабарництво здатне трансформувати державну систему, на перший погляд, оперту на демократичних і меритократичних принципах, в систему, що базується на підкупі” [2].

Корупція крапля за краплею підточує народні багатства. За оцінками Світового банку, щорічні втрати України від поширення корупції складають близько півтора мільярди доларів, за даними 2001 року. Однак, сьогодні спеціалісти зазначають – щороку завдяки корупції „наліво” йде майже 35 мільярдів гривень, що є еквівалентом близько 7 мільярдів доларів [7].

Цікаво, що в сучасних умовах навіть така суспільна інституція як церква ставить своїм завданням – боротьбу з корупцією.

Так, один із принципів суспільного дороговказу віруючого, ухваленого Синодом Української греко-католицької церкви 2002 року, гласить:



«Практикую безкорисливість. Не зазіхаю на спільне чи особисте добро ближніх у матеріальній, духовній та інтелектуальній сферах. *Робитиму все можливе, щоб не брати і не давати хабарів*».

Останнім часом дискусії про соціальну відповідальність підприємництва отримали новий поштовх [4]. Приводом для цього стало започаткування Глобального договору Організації Об'єднаних націй, який є глобальною відповіддю на виклики глобалізації світової економіки. Глобальний договір базується на ряді основоположних загальнолюдських цінностей в сфері прав людини, норм праці, охорони довкілля і боротьби з корупцією і опирається на дев'ять принципів.

Глобальний договір охоплює усі провідні суспільні сили: уряди, компанії, трудящих, організації громадянського суспільства. Але основною стороною Глобального договору визначено саме бізнес, який має суттєво посилити свою соціальну спрямованість. Слідування встановленим принципам дозволить розв'язати сучасні проблеми глобалізації, скеровані на забезпечення сталого розвитку з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін, підвищення морального духу працівників, а також продуктивності та рівня праці.

#### Література:

1. Герет Т. Етика бізнесу: Монографія / Томас М.Герет, Річард Дж.Клоноскі, Пер. з англ. Ред. Панчишин С., Цяпало Р.. – 2-е вид.. – К.: Основи, 1999. – 214 с.
2. Гриценко А.А., Гриценко О.А. Хабарництво як інституційний комплекс // Економіка праці, 2005. – с. 45-63.
3. Де Джорж Р.Т. Деловая этика / Пер. с англ. Р.И. Стопера. – СПб., “Экономическая школа”, М., Издат. группа “Прогресс”, 2001. Т.1. 496с.
4. Калита П.Я. Соціально спрямований бізнес, або бізнес з турботою про Людей // [http://www.corporate-citizen.org.ua/Library/SocBizn\\_1.doc](http://www.corporate-citizen.org.ua/Library/SocBizn_1.doc)

5. Кричевський Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. – М.: Изд-торг.корп. “Дашков и К”, 2007. – 216 с.
6. Осецький В. Л., Марченко В. М. Соціальна відповідальність корпорацій України як фактор забезпечення їхньої конкурентоспроможності // Економіка та держава, № 1, 2007. – с. 9 –12.
7. Покотило Л. Корупція в Україні як суспільно-моральна перепона на шляху до етичного управління // [http://www.frdl.org.pl/downloads/Przejrzysta\\_Etyczne\\_uprawlinnia.pdf](http://www.frdl.org.pl/downloads/Przejrzysta_Etyczne_uprawlinnia.pdf)
8. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити більше добра для компанії та суспільства / Пер.с англ. – К.: Агенція «Стандарт», 2005. – 302 с.
9. Фритцше Дейвис Дж. Етика бізнеса. Глобальна и управленческая перспектива / Пер.с англ. – М.: ЗАО “Олимп – Бизнес”, 2002. – 336 с.
10. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування. – К.: Вікар, 2006. – 223 с.