

ЕТИКА БІЗНЕСУ

У сучасному суспільстві етика займає важливе місце. Адже будь – яка трудова діяльність, що є провідним заняттям людей, передбачає тісну взаємодію однієї людини з іншою, тобто постійне спілкування (обмін думками, пропозиціями, вирішення робочих питань та проблем різного характеру).

Постановка проблеми: Впровадження етики в сучасне підприємництво, маркетинг і менеджмент сприяє значному підвищенню якості життя та підвищенню ступенів суб'єктивної задоволеності життям, тобто збільшує кількість щасливих людей і якість суспільства в цілому.

Мета: навчитись діяти в бізнесі морально етично, соціально направлено, вміти використовувати волю, мотиви, потреби партнера в інтересах своєї справи, підприємства.

Об'єкт: сфера діяльності управлінців і підприємців, що забезпечує зв'язки підприємства з діловим середовищем, партнерами з бізнесу.

Предмет: ціннісно-нормативні аспекти підприємницької діяльності та менеджменту, до яких належать індивідуальна етика, етика організації, соціальна етика (у масштабі держави).

Дослідженість теми: Проблема втілення етичних засад у господарську діяльність - одна із найскладніших в соціально-економічній теорії. З різних ракурсів цю тему розглядали класики соціальної філософії і етичної думки - Сократ, Аристотель, Платон, І. Кант, Г.В.Ф. Гегель, А. Сміт, М. Вебер.

Етика бізнесу – одна із складових етики ділових відносин . Вона має свої особливості та передбачає безліч нюансів, котрі мають бути відомі суспільству. Такі відносини охоплюють і стосунки між рідними людьми, адже нерідко близькі чи кохані люди розподіляють спадщину або ж співпрацюють в одній організації.

На думку багатьох, бізнес – це сфера реалізації егоїстичних інтересів людини, негуманних явищ суспільного буття. Тобто, скільки людей – стільки й думок з цього приводу. Особливо важливі погляди людей, які працюють у цій сфері та займаються дослідженням цієї проблеми. Основою вивчення співвідношення етики і бізнесу є вчення про людину, її розуміння та бачення навколишнього світу. Хтось орієнтується на красу, мораль, естетичні почуття, а хтось – на вигідне для себе положення, матеріальну вигоду, користь. Саме під впливом таких життєвих поглядів, здавалося б елементарних, формується моральне бачення людини цього світу. Безперечно, активна та ефективна діяльність у сфері бізнесу передбачає деякий поступ перед мораллю. Культурна та вихована людина за будь-яких обставин відстоюватиме свої життєві цінності та переконання. Тобто мораль і бізнес можуть спільно взаємодіяти в залежності від самої людини та її моральних цінностей.[4]

З розвитком людства змінювалися погляди на сутність і роль багатства. Одними з перших почали задумуватися над моральним буттям античні мислителі. Наприклад, Аристотель вважав, що щастя людини полягає не в благородному походженні, здоров'ї, багатстві й удачливості, а в благородній поведінці за будь-яких обставин. Він доводив, що чесноти є породженням розуму. За переконаннями Сенеки, наділений моральною стійкістю, непохитністю мудрець надає перевагу багатству, а не бідності, оскільки це відкриває для нього ширші можливості. Однак багатство відіграватиме в його житті службову роль, а в житті дурня – домінуючу. Значний крок у подоланні утилітаризму було здійснено в епоху середньовіччя, коли передусім цінувалося не багатство, а знатне походження. Відчутно вплинуло на цей процес християнство, яке утверджувало благородний, безкорисний характер морального ідеалу.

У Нові часи (із зародженням капіталізму) знову почало домінувати практично-утилітарне ставлення до дійсності, а в основними життєвими цінностями вважали власність, багатство, гроші, соціальне становище. Разом із забезпеченням суверенності особистості, захистом її прав і свобод, розкряпаченням ініціативи і творчих сил сформувалися передумови для пробудження людських пристрастей, загострення соціальних протистоянь. Очевидно, тому німецький мислитель М. Вебер у своїй праці «Протестантська етика і дух капіталізму» (1905) стверджував, що досконалий підприємець має бути аскетом, а моральні засади як регулятор ірраціональних (несвідомих) людських пристрастей і поведінки, економічної змагальності, соціального антагонізму необхідні капіталізму для виконання своєї місії. Буржуазна держава могла існувати і розвиватися лише за умови гармонізації інтересів різних класів, соціальних груп, індивідів. З цієї метою було обґрунтовано принцип розподілу економічної і політичної влади. Багато регулювальних функцій у цій сфері перебрала на себе мораль, якій властиві особливо гнучкі, а тому універсальні норми. Це означає, що бізнес є особливою, наділеною багатьма суперечностями, конфліктними ситуаціями сферою життєдіяльності, в якій сформувалася і функціонує специфічна мораль. Дослідженням її і переймається етика бізнесу.[6]

Основні принципи етики бізнесу були вироблені в 70-х роках XIX ст. на засадах філософії прагматизму в США. Теоретик прагматизму У. Джеймс виходить з розуміння людини як такої, що керується емоціями, а не розумом, а предметом

емоційного переживання є її власна особа. На цій підставі етика прагматизму поклала в основу моралі дію, а не вибір учинку та рефлексію над ним. Тобто, моральна свідомість позбавляється її об'єктивно цінного змісту, цінність переноситься в сферу практичної результативності.[5 с.421-432.]

Етика бізнесу сьогодні функціонує на трьох рівнях:

Мікрорівень - це цінності, моральні стандарти і норми поведінки індивідів всередині організацій. Індивідуальна етика (мікрорівень) розглядає питання формування самосвідомості індивіда, досліджує цілі і мотиви трудової діяльності, умови підвищення його креативності.

Макрорівень - масштаб держави, або система законів і правил, що склалися в даній державі, які задають соціальні рамки будь-якої активності. Соціальна етика (макрорівень) розглядає соціальні рамки підприємництва, соціальний порядок, цінності і норми, породжувані та відтворювані системою соціальних інститутів.

Глобальний рівень розглядає специфіку ведення бізнесу в різних країнах, а також у полікультурних організаціях, проблеми сумісності різних культурних цінностей і норм. Глобальна етика вивчає моральні стандарти, що складаються в процесі взаємодії різних культур, цінності і цілі людства в контексті економічної інтеграції.[1 с.95-100]

Існують чотири основні етичні напрями, на які спираються підходи до моральних проблем бізнесу:

Релігійна етика. Абсолютно моральні цінності беруть свій початок із християнської традиції. Можна зробити висновок, що у християнській релігії ставлення до багатства – негативне. Оскільки вища мета існування людини не у пошуках матеріальних благ, а у пошуках Божого Царства.

Етика утилітаризму. Це дуже важлива та впливова теорія в етиці бізнесу. У цій теорії визначають ступінь корисності та шкідливості діяльності. Якщо ступінь корисності дуже високий – то це виправдовує будь – яку дію.

Деонтична етика (етика обов'язку). Моральний обов'язок знімається з людини(тобто її дії виправдані) , якщо людина вважає, що будь – хто інший у цій ситуації вчинив би так само. Тобто, головні не наслідки, а внутрішні мотиви, що примусили людину так вдіяти.

Етика справедливості. Застосовується у дещо вужчій сфері ніж інші напрями етики. Моральний обов'язок є основою цієї етики.

Поняття справедливості є неоднозначним, воно розглядається у різних аспектах. Проте, основне у цьому понятті – це дотримання усіх моральних норм стосовно інших людей. Адже, головне, навіть коли йде мова про певні досягнення у бізнесі та зароблянні грошей, -це залишатися людиною з великою літери. Людиною чесною, толерантною – що є складовими слова справедливості.[4]

Отже, **етика бізнесу** – важлива сфера суспільного життя. Вона є необхідною для людей у сучасному світі. Проблеми етики бізнесу розглядалися ще з давніх часів, проте набули своєї популярності у наш час, час розквіту комерційної діяльності.

Література

1. Алексина Т.А Деловая этика - Москва:Юрайт,2014, с.384
2. Гончарук (Чолач) Т.В., Джугла Н.В., Етнологічні інтенції осмислення українства у філософії Богдана Цимбалістого. // Психологія і педагогіка. – Тернопіль, 2018. - №1-2. – с 155-162.
3. Джугла Н. До питання Українського східного Обряду у рішеннях Замоїського скандалу 1720р. / Історія релігій в Україні. – Львів, «Логос», 2005. – с 210-215
4. Етика бізнесу [Електронний ресурс]// Етика бізнесу та її аспекти. Режим доступу: <http://www.etica.in.ua>
5. Мовчан В.С Етика - Київ: Знання, 2007, с.481
6. Тофтул М.Г. Етика. Навчальний посібник. - Київ: Видавничий центр «Академія», 2011.[електронний ресурс] / М.Г. Тофтул // Режим доступу: <http://ukrlibrary.com.ua/books/12/2/5/521>
7. Філософія: навч. посіб./ Гончарук Т.В., Джугла Н.В., Шумка М.Л., - Тернопіль: підручники і посібники, 2016. – 416 с