

**Дата: 21.04.22**

**Група: ТУ-1**

**Урок: 26**

**Тема: Етичні засади бізнесу**

**Мета уроку:** формувати в учнів знання про етику бізнесу. Розвивати навички дотримання ділового етикету.

Виховувати пізнавальний інтерес до вдосконалення професійної майстерності комерсанта.

### **Матеріали уроку:**

**1. Етика бізнесу** – це правила, норми, що регулюють відношення суб'єктів бізнесу. Етичний бізнес – це чесність, порядність, повага до партнерів, дотримання даного слова, здатність ефективно функціонувати на ринку згідно з діючими законами, встановленими правилами і традиціями.

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 навести приклад негативного ставлення до діяльності купців, коли саме слово “купець” несло у собі презирливий відтінок).

Потрібно визнати, що бізнес як суспільне явище (нарівні 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 стосунків відіграла релігія, яка впливалася на формування нового типу підприємця, якому, як зазначав у своїй роботі “Протестантська етика і дух капіталізму” М. Вебер, “не притаманна” показова розкіш і марнотратство. 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 зasad бізнесу – моральність та успіх. В цей період визначаються етичні принципи ведення справ:

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

Друга половина ХХст., незважаючи на певні успіхи впровадження в сферу ділового життя норм моралі, характеризується наявністю значної кількості невирішених і нових проблем. Серед них американська дослідниця Лора Неш виділяє такі:

- жадібність;
- приховування негативних факторів і видача недостовірної інформації у звітах про результати перевірок;
- випуск неякісної продукції;
- нерозумне завищення цін або прямий обман під час ділових переговорів;
- зайва самовпевненість у судженнях, яка може привести до збитку інтересів компанії, коли для неї настає лихоліття;
- низька якість роботи й товарів;
- беззастережне підпорядкування керівництву, яким би неетичним і несправедливим воно не виявилося;
- протиріччя між особистими інтересами й інтересами корпорації;
- наявність фаворитів;
- тверді ціни;

- неможливість висловити своє обурення й незгоду в атмосфері постійних неетичних вчинків;
- недостатня увага родині або особистим справам через надмір роботи;
- виробництво продукції з сумнівними характеристиками з якості й безпеки;
- неповернення яких-небудь речей або цінностей, узятих на робочому місці, у товаришів по службі або з фондів корпорації;
- свідоме перебільшення свого плану роботи задля одержання підтримки;
- перебільшена увага до просування по службових сходах на шкоду інтересам справи;
- обман конкурентів з метою одержання вигоди для компанії;
- створення союзів із сумнівними партнерами в надії на щасливу випадковість;
- затягування й зволікання із виконанням своїх обов'язків, що призводить до надмірної витрати грошей корпорації;
- надання негативного впливу на суспільно-політичний процес шляхом дачі хабара й внесення змін у законодавство.

З іншого боку, в світі почало зростати занепокоєння проблемами, викликаними неконтрольованим зростанням економіки (проблеми екології; домінування технократичних тенденцій в розвитку суспільства, особистості; дисбаланс в розвитку економічних та етичних зasad суспільного життя та ін.). Все це поставило на порядок денний питання розробки і впровадження принципів і норм етики бізнесу.

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, транслювані в практичну діяльність, пов'язану з різними варіантами підприємництва, сприяють стабільності, погодженості, цивілізованості.

Початок етики бізнесу як окремої сфери знання датується серединою 70-х років. Саме з цього часу почали організовувати 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 1994р. у швейцарському місті Ко Декларацію Ко “Принципи бізнесу”. Свідченням того, що світ, незважаючи на проблеми, в цілому рухається до вироблення загальної, глобальної етики є документи першого всесвітнього конгресу з етики, бізнесу та економіки (Токіо, 1996) та інших міжнародних форумів.

Активну роль в становленні етичних зasad бізнесу відіграють європейські вчені та представники бізнесу. Так, у вересні 2000р. Європейська мережа бізнес-етики провела свою 13-ту щорічну конференцію у Кембріджі (Великобританія) під назвою: “Етика: лідерство та відповідальність”.

З кожним роком розширюється усвідомлення етики бізнесу як складової ділової культури в різних країнах світу. Так, у серпні 2000р. 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”. У ній як найголовніше зазначається викладене нижче.

- Прибуток головніший за все. Але честь дорожча прибутку.
- Поважай учасників спільної справи— це основа стосунків та самоповаги. Виконуй прийняті ділові зобов’язання.
- Утримуйся від насильства та погроз як способів досягнення ділових цілей.
- Завжди веди справу відповідно до коштів.
- Виправдовуй довіру. Вона— основа підприємництва та ключ до успіху.

Прагни завоювати репутацію чесного, компетентного та порядного партнера. Будь таким, яким ти хочеш бачити свого кращого партнера.

- Конкуруй достойно. Не доводь ділові суперечки до суду. Найнадійніший партнер той, який теж виграє всі угоди.
- Дотримуйся чинних законів та поважай законну владу.
- Для законного впливу на владу об’єднуйся з однодумцями на основі даних принципів.
- Роби добро не заради користі та марнославства. Не вимагай за зроблене неодмінного суспільного визнання.
- При веденні справи, як мінімум, не завдай шкоди природі.

- Знайди в собі сили протистояти злочинності та корупції. Сприяй тому, щоб вони стали невигідними для всіх.
- Будь терпимим до представників інших культур. Вони не гірші і не кращі за нас, вони просто інші.

Важливим кроком на шляху посилення етичних зasad бізнесу та менеджменту, інституалізації “етики відповідальності” в сфері бізнесу стала започаткована у 1999р. Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном ініціатива, яка отримала назву *Глобального договору*.

Глобальний договір ООН спрямований на сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки. Він пропонує компаніям забезпечити – в межах своєї діяльності – дотримання, підтримку і запровадження основних цінностей у сфері захисту прав людини, стандарти праці, охорони навколошнього середовища і боротьби з корупцією.

## **2. Права людини**

Принцип №1. Ділові кола повинні підтримувати та поважати підхід, який передбачає захист міжнародних прав людини в сферах їхнього впливу.

Принцип №2. Ділові кола не можуть бути причетні (повинні не мати відношення) до порушення прав людини.

## **Стандарти праці**

Принцип №3. Ділові кола повинні підтримувати свободу зібрань та ефективне визнання права на колективний договір.

Принцип №4. Ділові кола повинні підтримувати ліквідацію усіх форм примусової (та обов’язкової) праці.

Принцип №5. Ділові кола повинні підтримувати ліквідацію дитячої праці.

Принцип №6. Ділові кола повинні підтримувати ліквідацію дискримінації при прийомі на роботу та у професійній діяльності.

## **Навколошнє середовище**

Принцип №7. Ділові кола повинні застосовувати (підтримувати) дбайливий (обережний) підхід до питань екології.

Принцип №8. Ділові кола повинні вживати заходів на підтримку посилення екологічної відповідальності.

Принцип №9. Ділові кола повинні заохочувати розвиток та розповсюдження екологічно безпечних технологій.

## **Боротьба з корупцією**

Принцип №10. Ділові кола повинні боротися з будь-якими виявами корупції, включаючи здирництво та хабарництво[30].

Джерелами принципів Глобального договору є “Загальна декларація прав людини”, “Декларація фундаментальних принципів і прав наробочому місці Міжнародної організації праці”, “Ріо-де-Жанейрська Декларація з екології та розвитку”, “Конвенція ООН проти корупції”. Станом на вересень 2009 до Глобального договору приєдналося більше ніж 6 500 компаній та організацій з більш як 130 країн світу.

Для впровадження принципів бізнес-етики активно створюються міжнародні організації. Це, в першу чергу, Міжнародне товариство економіки та етики, Інститут соціальної та етичної відповідальності, мережа соціальних починань. До відомих європейських організацій належать Європейська етична мережа, Європейська мережа бізнес-етики.

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 каталогі Каліфорнійського університету більше ніж 340 книг і статей, присвячених цій темі.

Проблеми ділової етики протягом багатьох років були темою широкої дискусії в бізнесі, уряді та суспільстві в цілому. В країні протягом усієї її історії складалися 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 взаємовідношеннях; виконання зобов’язань; здорове конкуренція; винагорода, сумірна з роботою.

Етично недопустимим та підлягаючим покаранню за законом в американській концепції етики бізнесу є: корупція (дача взяток, вимагання); шахрайство; приховання доходів від оподаткування; надання недостовірної інформації в фінансовому звіті фірми.

В США зміст етики бізнесу визначається:

- моральними якостями підприємця, актуалізованими в його діловій поведінці;
- професійною етикою, зокрема в питаннях сумлінної конкуренції;

- моральними якостями підприємця, серед яких:

- вірність слову, договору;
- почуття міри в бажанні отримання прибутку;
- відповіальність за доручену справу;
- корпоративна солідарність;
- установка на підвищення кваліфікації, самовдосконалення;
- визнання і повага людської честі.

**3.** Важливим елементом розвитку етики бізнесу є питання соціальної відповіальності бізнесу. **Соціальною відповіальністю бізнесу** називають відповідність соціальним цілям.

В процесі історичного становлення етичних зasad ведення бізнесу існували різні підходи до розуміння соціальної відповіальності бізнесу. Їх становлення відбувалося в процесі суперечок як з приводу ролі бізнесу в суспільстві, так і соціальної відповіальності зокрема.

На початковому етапі вважалось, що бізнес реалізує свою соціальну відповіальність через збільшення прибутку, не порушуючи при цьому законів і норм державного регулювання. Створюючи максимально можливий прибуток, підприємства отримують можливість економічного зростання, що, в свою чергу, сприяє працевлаштуванню та підвищенню доходів всіх. Саме цим бізнес робить позитивний внесок у вирішення проблем суспільства в цілому. В цій системі провідними принципами є власні інтереси бізнесу, які доповнюються робочою етикою.

У подальшому концепція соціальної відповіальності бізнесу розвивалася на основі посилення в розвитку бізнесу фактора соціальних інтересів та корегування діяльності бізнесу суспільством.

Так, у 1975 році Кітом Девісом була запропонована концепція соціальної відповіальності бізнесу, положення якої зберігають свою актуальність і сьогодні:

- соціальна відповіальність виникає з соціальної влади, яка має створювати умови та показувати приклади соціальної відповіальності;
- бізнес має діяти як двостороння відкрита система: з одного боку враховувати вплив суспільства, ринкові сигнали, а з іншого – бути відкритим у своїх операціях для громадськості;

- соціальні витрати, винагороди за діяльність, продукцію, послуги мають бути ретельно обчислені й розглянуті з огляду на правомірність їх віднесення до собівартості виготовлення того чи іншого продукту, надання послуг;
- соціальні витрати, що розподіляються за кожним продуктом, послугою, видом діяльності, в кінцевому підсумку оплачуються споживачем;
- ділові організації, як і громадяни, залучаються до відповідальності за розв'язання поточних соціальних проблем, які перебувають за межами звичайних сфер їхньої діяльності.

Сучасний підхід до розуміння соціальної відповідальності розвивається останні 15-20 років. Він, на противагу інтересам споживання та конкуренції, пов'язаний з корегуванням рішень бізнесу. Okрім економічних результатів, важливим завданням бізнесу також є досягнення з точки зору соціальних цілей: конкурентна боротьба без обману і шахрайства, активна діяльність у сферах охорони здоров'я людини та оточуючого середовища, громадських прав, захисту прав споживачів тощо.

Аналізуючи питання користі соціальної відповідальності для бізнесу та суспільства в цілому вчені виділяють такі аргументи.

- *Сприятливі довгострокові перспективи.* Соціальні дії підприємця, що поліпшують рівень життя регіону або зменшують соціальну напругу, незважаючи на деякі витрати, можуть стимулювати ріст прибутку, оскільки у споживачів, партнерів і у місцевого населення формується більш сприятливий імідж цього бізнесмена.
- *Зміна потреб і очікувань широкого загалу.* Пов'язані зі зростанням обсягів підприємництва очікування населення радикально змінюються. Перехід підприємницьких структур до вирішення соціальних проблем стає і бажаним, і необхідним суспільству.
- *Наявність ресурсів для вирішення соціальних проблем.* Бізнес займає все більше трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, які забезпечують передумови для передачі частки їх на соціальні потреби, розвиток соціальної сфери.

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.

#### 4. На шляху розуміння, а тим більше дотримання українськими бізнесменами етичних принципів існують різноманітні *бар’єри*.

## *Внутрішні:*

- скептичне ставлення до етики в бізнесі;
- пессимізм (нічого тут не зміниш; крали і красти будемо);
- фаталізм ( зло всесильне, воно перемагає завжди і всюди);
- перекладання відповідальності на інших (я б із задоволенням, але ось інші...);
- невпевненість у своїй моральній послідовності;
- моральна нестриманість;
- страх стати неконкурентоспроможним;
- · завищена самооцінка.

## *Зовнішні:*

- закони, суспільна думка;
- підкуп чиновників;
- недобросовісність ділових партнерів;
- застосування силових методів у стосунках із партнерами;
- · необов'язковість у ділових комунікаціях.

## *У сфері торгівлі:*

- порушення зобов'язань по платежах;
- порушення строків постачання;
- закупівля та продаж товарів із простроченими термінами реалізації; непрофесійність персоналу;
- · операції з контрабандним товаром.

## *У сфері виробництва:*

- виробництво товарів низької якості;
- підробка торгових знаків;
- створення підставних фірм та перекачування коштів.

## *У сфері фінансів:*

- затримка операцій з метою “прокручування” грошей;
- нечесність персоналу;
- розголошення комерційної таємниці, крадіжки, змова з конкурентами;
- підробки документів тощо.

Українські 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:

- 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.

Важливим елементом інституалізації етики бізнесу в Україні стало підписання провідними українськими та міжнародними компаніями, асоціаціями та неурядовими організаціями Глобального Договору ООН.

Представництво Організації Об'єднаних Націй в Україні провело презентацію ініціативи Глобального договору 6 грудня 2005 під час Форуму соціальної відповідальності бізнесу та Глобального Договору. Участь у заході взяли більше 70 представників ділових кіл, влади, Організації Об'єднаних Націй, міжнародних та українських неурядових організацій, наукової спільноти та ЗМІ. Основною метою Форуму було продовження діалогу між зацікавленими сторонами щодо соціальної відповідальності бізнесу, а також для підписання Глобального Договору та створення мережі Глобального Договору в Україні.

Презентація Глобального договору в Україні відбулася 25 квітня 2006р. за підтримки провідних українських та міжнародних компаній та високих посадовців Уряду України. Першими підписантами ініціативи стали 34 провідні українські та міжнародні компанії, асоціації та неурядові організації.

Підпісанти Глобального Договору в Україні заявили про своє бажання щодо створення мережі Глобального договору в Україні у 2006 році, яка служить платформою для сприяння та просування соціальної відповідальності бізнесу та принципів Глобального Договору в Україні.

Для поширення концепції соціальної відповідальності бізнесу та заохочення дотримання практики соціальної відповідальності як позитивного поштовху до

змін, ООН в Україні організувала серію зустрічей з представниками приватного сектору, провідними представниками українських та мультинаціональних компаній, ділових асоціацій, торгових та трудових спілок та громадських організацій.

*Питання для самоконтролю:*

1. *Що включає в себе поняття етики бізнесу?*
2. *Чи може бізнес бути етичним?*
3. *Які ви знаєте етичні принципи ведення бізнесу?*
4. *Що таке соціальна відповідальність бізнесу? Наведіть приклади.*
5. *Які існують бар'єри щодо застосування етичних принципів?*
6. *Яке значення Глобального договору в Україні ?*

**Виконані завдання (конспект) надсилати:**

Карнах Емілія Віталіївна [emiliya.karnakh@gmail.com](mailto:emiliya.karnakh@gmail.com) або Телеграм (0635606499).