

Євченко В.В., Рамазанов А.Б.

ЕТИКА ПІДПРИЄМНИЦТВА ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ІНСТИТУЦІЙНА ПРОБЛЕМА

Підприємницька діяльність є своєрідним соціальним амортизатором, що забезпечує у суспільстві економічну, соціальну та політичну стабільність, є соціальною основою сформованої політичної та економічної системи. Економічні, соціальні та політичні інститути у свою чергу, усуваючи невизначеність у взаєминах між суб'єктами господарювання, скорочують транзакційні витрати та створюють умови для економічного зростання та отримання стабільних доходів підприємцями.

Перед суспільством стоїть гостра необхідність формування етики підприємницької діяльності як нормативної основи цієї діяльності, що регулює взаємини суб'єктів даної сфери, що формує та висуває моральні вимоги до них як до складової частини морального порядку у суспільстві. При цьому підприємницька етика має відображати і пояснювати зв'язок економіки з мораллю, специфіку їхніх взаємин з метою формування нового покоління підприємців, яке буде йти на свідомий ризик, відповідати за прийняті рішення, забезпечувати економічне зростання національної економіки та зростання добробуту людей.

Етика підприємницької діяльності є інституційною проблемою, видом соціальної етики, що містить моральні норми та вимоги до суб'єктів економічних відносин підприємницької діяльності: державі, партнерам, найманим працівникам, кінцевим споживачам. Це нормативна етика, т.к. вона є нормативною основою поведінки та діяльності людей, що задає орієнтири та перспективи міжособистісних відносин.

Наголосимо, що принципи нормативної етики сьогодні використовуються практично у всіх видах професійної діяльності (етика державного службовця, судова етика, етика лікаря, етика банківського працівника, етика бізнесу), так чи інакше пов'язаних із конфліктами інтересів, і в цьому своєму значенні забезпечують, як вважають фахівці, корисний вплив на вирішення етично спірних питань, що виникають у процесі здійснення людьми різних видів економічної діяльності в різних сферах.

Стан підприємницької етики перебуває під впливом як формальних («писані») правила, що набувають форми різних документів – конституцій, законів, адміністративних документів, розроблених людьми і зафіксовані в писаному праві), так і неформальних інститутів («неписані» норми – традиції, звичаї, звички людей), а сам інститут у нашому розумінні – це створена людиною система правил і неформальних норм поведінки, що організує взаємини людей. Вказані групи інститутів взаємодоповнюють та взаємозбагачують одна одну, залежать один від одного, впливають один на одного і дозволяють підприємцям приймати правильні з етичного погляду рішення. При цьому зазначимо, що розподіл інститутів на формальні та неформальні проходить через усю інституційну систему суспільства. Воно характерне для всіх груп інститутів незалежно від сфери їхньої дії – економіка, політика, ідеологія тощо.

Крім того, «дотримання правил для людини не є раціональним процесом, це дія, заснована насамперед на емоціях. Людський мозок розвинув певні емоційні відповіді, з яких будуються механізми автоматичних дій, що сприяють соціально правильному поведінці».

Роль зазначених вище груп інститутів у формуванні етики підприємницької діяльності різна. Так, виконання підприємцями формальних інститутів носить обов'язковий характер незалежно від того, вважають вони їх правильними, справедливими чи не погоджуються з ними.

Формальні інститути містять норми соціальної етики, що характеризують особливості функціонування моралі лише на рівні суспільства, у різних сферах його життєдіяльності. Якщо підприємець порушує «писані» правила, він веде себе безвідповідально і неминуче наражається на ризик адміністративного чи кримінального покарання. Дотримання ж підприємцем неформальних інститутів (моральні норми) має добровільний характер. У даному випадку мораль звернена до його свідомості та спирається на його внутрішні установки, його переконання в силу громадської думки, а її норми, якщо вони засвоєні, не потребують жодного зовнішнього контролю. Іншими словами, неформальні інститути пов'язані з індивідуальною етикою, зверненою до особи підприємця.

Отже, якісні інститути, що добре працюють, здатні полегшити людям їхню моральну поведінку. При цьому важливо зауважити і те, що це не означає, що суспільство може обійтися без індивідуальної етики у її традиційному розумінні – як етики індивідуальних чеснот (чесність, відповідальність, обов'язок, добро та ін.).

Усе сказане вище, з погляду, дозволяє сформулювати такі етичні засади підприємницької діяльності:

- підприємницькі структури повинні дотримуватись законів, що регулюють їхню діяльність, навіть якщо вони мають можливість обійти закон і отримати великий прибуток;

- етичні норми поведінки підприємницьких фірм повинні дотримуватися у взаєминах з органами державного та муніципального управління, найманими працівниками, партнерами, конкурентами, кінцевими споживачами;

- має існувати соціальна відповідальність, відповідно до якої підприємницькі фірми враховують інтереси суспільства, підвищують якість життя людей;

- необхідна моральна відповідальність за прийняті рішення та напрямки діяльності;

- підприємницькі структури мають добровільно відгукуватися соціально значущі проблеми розвитку національної економіки;

- вони повинні дотримуватися основних норм суспільної моралі, не вдаватися до обману, корупції;

- слід орієнтуватися виробництва безпечних товарів та послуг;

- необхідно уникати участі у недобросовісній конкуренції;

- підприємницькі структури мають стимулювати впровадження у виробництво інновацій, нових технологій;

- повинна існувати корпоративна соціальна відповідальність. Запитання соціальної відповідальності та ділової (підприємницької) етики повинні мати таке саме значення, як і питання ефективності виробництва.