

Л. А. ШЕРГІНА, О. О. САВОЩЕНКО

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

А. Й. ЖЕМБА

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

ЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ В ПРОЦЕСІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

У статті визначено сутність бізнес-етики, корпоративної поведінки та корпоративної репутації як важливих елементів соціальної відповідальності. Розглянуто бар'єри, що перешкоджають етичному веденню бізнесу в Україні та шляхи їх подолання.

Ключові слова: етика, корпоративна поведінка, корпоративна репутація, соціальна відповідальність бізнесу, етичні норми.

L. A. SHERGINA, O. O. SAVOSHCHENKO

Kyiv National Economic University after named Vadym Hetman

A. J. ZHEMBA

National University of Water and Environmental Engineering, Rivne

ETHICAL ASPECTS OF SOCIAL RESPONSIBILITY WHILE DOING BUSINESS

Abstract – The article reveals the meaning of business ethics, corporate behavior and corporate responsibility as the important elements of social responsibility. The article indicates barriers which prevent ethical business doing and ways of their overcoming. The article indicates the importance of corporate behavior for the success of the company in the financial aspects as it straightly relates to the relationships with the business partners of corporation. It also highlights the meaning of reputation in the gaining of competitive advantage and respectively formation of its financial and social success. The article formulates the mechanisms of creating the ethical principles, norms and standards: ethical codes, social audits, ethical committees, changes in the corporate structure. The article defines the influence of corporate behavior on the responsibility, economic and institutional developments.

Key words: ethics, corporate behavior, corporate reputation, social responsibility of business, ethical norms.

Постановка проблеми. Швидкозмінне середовище українського ринку вимагає імплементації нових ціннісних підходів до системи управлінських взаємовідносин, що спрямовані на управління людськими ресурсами в стратегічному розвитку компанії. Мінливість ділового середовища створили нагальну необхідність у комунікаціях зі співробітниками, партнерами, споживачами, що сприяло формуванню корпоративної професійної етики, як сукупності моральних норм та бізнес-культури на життя фірми.

Інтерес до формування етичних норм на підприємстві зумовлений впливом корпоративної культури та етики на життя організації, її положення у зовнішньому світі, що у свою чергу відіграє неабияку роль у мобілізації ресурсів організації, необхідних для досягнення поставлених завдань. Адаже успішність будь-якої організації або колективу зумовлена різноманітними факторами, де однією з домінант виступає формування корпоративної етики організації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика формування корпоративної поведінки в корпораціях та корпоративних об'єднаннях широко висвітлена в працях відомих вітчизняних вчених, серед яких С.В. Богачов, І.П. Булеєв, В.А. Євтушевський, Г.В. Козаченко, В.В. Македон, Г.В. Назарова, В.І. Небава, І.Л. Сазонець, Г.А. Семенов, О.М. Ястремська та зарубіжних вчених, серед яких, Дж. Вахович, Дж. Маркус. Розвиток та розширення діяльності корпорацій відбувалось поступово на тлі ускладнення світового устрою і загострення в соціальній сфері. Тому для вивчення соціальної відповідальності корпоративної системи є доцільним розглянути проблеми корпоративної етики та корпоративної репутації.

Формулювання цілі. Метою статті є визначення основних аспектів бізнес-етики, та факторів, що на неї впливають, а також розкриття понять корпоративної поведінки та корпоративної репутації як важливих аспектів соціальної відповідальності бізнесу. Стаття також розкриває основні проблеми етичного ведення бізнесу в Україні, а також основні бар'єри, що перешкоджають українським підприємствам вести бізнес відповідально. Стаття пропонує основні механізми поліпшення розвитку питань етики на підприємствах України.

Виклад основного матеріалу. Питання етики не є новим для сучасного бізнесу. Корпоративний світ завжди мав певні правила, стандарти і норми для ведення бізнесу. Проте, вони змінюються в залежності від соціальних та культурних норм в країні функціонування бізнесу. Але певні стандарти та правила є універсально прийнятними. Коли компанія застосовує дані норми та правила в процесі своєї діяльності, йде мова про етичну поведінку бізнесу. Більше того, етика є неминучим аспектом соціальної відповідальності бізнесу, поряд с такими поняттями як корпоративна культура та корпоративна репутація. Корпоративна поведінка компанії має бути етичною та відповідальною, саме тому відносини бізнесу зі своїми акціонерами та іншими зацікавленими сторонами мають базуватися на засадах чесності, етичності та справедливості.

Етичні норми допомагають компанії вести себе правильно під час всіх її ділових операцій. Проте, важливо зазначити, що ділова етика характеризується конфліктами інтересів. З одного боку, основна мета

компанії полягає у намаганні максимізувати свій прибуток, з іншого – в процесі досягнення цієї мети, компанія стикається з проблемами соціальної відповідальності та соціального ведення бізнесу.

Трагування етики як категорії є дуже складним. З одного боку, етика є системою цінностей, що складають основу людських відносин на засадах правильності та моральності. З іншого, ділова етика означає чесність, довіру, повагу і справедливість, що мають супроводжувати всі дії, зроблені людиною. Проте, ці цінності є загальними поняттями без чітко окреслених меж. Таким чином, етика може бути визначена як загальні основоположні принципи і методи для підвищення добробуту людства.

Підвищення зацікавленості до транспарентності у звітності компаній, а також до аспектів соціальної відповідальності бізнесу виникло у зв'язку з розумінням важливості питань етики в організаційній діяльності компанії. Розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу в наш час виник через розуміння бізнесом негативних наслідків своєї діяльності на економічний, соціальний та екологічний клімат країни. Забруднення довкілля, нехтування принципами соціальної відповідальності – все це призвело до переосмислення етики в теорії підприємництва.

Одним з найгостріших питань в етиці бізнесу є дефініція моральності. Існує декілька філософських теорій, які представили власне розуміння щодо трактування поняття моральності дії. Серед них вирізняють деонтичну етику, телеологічну етику, утилітаризм, етичний релятивізм та етичний об'єктивізм.

Трагування моральності з точки зору різних філософських течій наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Моральність з точки зору різних філософських течій	
Течія	Трагування
Деонтична етика	Дія є морально виправданою для певної особи лише у тому випадку, якщо причина, через яку здійснюється дія, така, що вказана особа бажала б щоб інші люди в певній ситуації діяли так само
Телеологічна етика	Дія є морально виправданою, якщо вона приносить позитивні наслідки
Утилітаризм	Дія є морально виправданою, якщо вона приводить до найкращого результату з усіх можливих у певній ситуації
Етичний релятивізм	Дія є морально виправданою, якщо її наслідки визнані позитивними особистою чи груповою користю, особистими уподобаннями або прийнятими в певному суспільстві чи соціальній групі нормами й цінностями
Етичний об'єктивізм	Дія є морально виправданою, якщо вона не суперечить законам певного суспільства, що є однаковими для всіх

Окрім питань етики, важливими аспектами СВБ (соціально-відповідальний бізнес) виступають також корпоративна поведінка та корпоративна репутація. Корпоративна поведінка має важливе значення для успіху компанії у фінансовому аспекті, адже прямо стосується відносин з діловими партнерами корпорації. Вона визначається як правові норми, етичні норми та принципи соціальної відповідальності бізнесу (рис. 1).

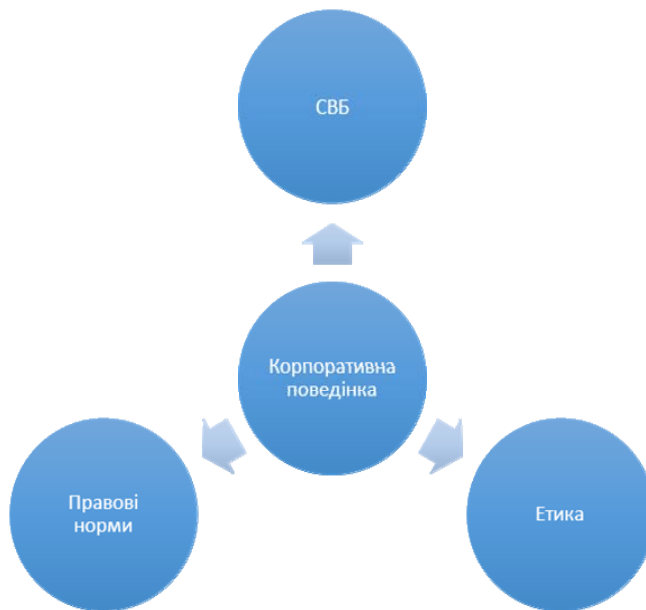


Рис. 1. Компоненти корпоративної поведінки

Корпоративна поведінка впливає не тільки на зацікавлених осіб та акціонерів компанії, а й на всю економіку в цілому. Коли корпорація діє етично та соціально відповідально, вона в свою чергу забезпечує

собі фінансову стійкість. Таким чином, корпоративна поведінка має провідне значення для забезпечення довгострокового виживання компанії.

Варто підсумувати, що корпоративна поведінка є важливою концепцією, оскільки вона включає в себе правові, етичні аспекти, а також аспекти соціальної відповідальності бізнесу, що мають позитивний вплив на зацікавлених сторін компанії та на суспільство в цілому.

Однією з концепцій, що набуває все більшого значення у процесі управління бізнесом є поняття корпоративної репутації. Початок двадцятого століття створює нову проблему для підприємств – як максимально реалізувати потенціал свого бренду. Сучасний ринок вимагає від організацій зосередити свою увагу на нематеріальних факторах для того, щоб конкурувати та диференціювати свої послуги у швидкозмінному середовищі. Репутація компанії часто є найбільш важливим фактором в отриманні фірмою конкурентної переваги, а також в побудові її фінансового та соціального успіху.

Підприємства розуміють, що володіння брендом з бездоганною репутацією допоможе їм отримати гарну позицію на ринку.

Володіння бездоганною корпоративною репутацією має багато переваг, серед яких варто виділити:

- 1) підвищення вартості акцій;
- 2) привабливість для інвестування, адже репутація бренду підвищує впевненість у фінансовій стійкості компанії;
- 3) лояльність клієнтів.

Бездоганна репутація фірми приносить позитивне сприйняття клієнтами продукції компанії. Не менш важливим позитивним фактором від отримання позитивної репутації є її вплив на формування партнерських відносин і стратегічних альянсів. Компанії з бездоганними репутаціями об'єднуються в асоціації для максимального використання свого потенціалу.

Позитивна репутація компанії має прямий вплив на поліпшення взаємовідносин між менеджментом та співробітниками. Працівники компаній з гарною репутацією показують більшу відданість та моральний дух в порівнянні з іншими компаніями.

У період кризи гарна корпоративна репутація може захистити компанію від критики, чи допомогти їй донести власну точку зору аудиторії, що виражає готовність її вислухати. Що стосується українських реалій, то наша країна стикнулася з вкрай низькою культурою етичного ведення бізнесу. В країні відсутнє приділення належної уваги аспектам етики та соціальної відповідальності. Певні аспекти даних питань в практику свого бізнесу вводять лише окремі великі холдинги та промислово-фінансові групи.

Українські бізнесмени досить часто нехтують такими основними принципами етики бізнесу, як повага до закону – а саме відсутність корупції, підкупу, ведення тіньової бухгалтерії та ін.; турбота про навколишнє середовище – використання найбільш лояльних для екологічного клімату технологій; відмова від протизаконних дій. Окрім даних принципів, в українських реаліях існує багато бар'єрів на шляху до етичного ведення бізнесу:

1. Внутрішні бар'єри: скептичне ставлення до бізнес-етики, невпевненість у своїй моральній послідовності, боязнь стати неконкурентоспроможним.
2. Зовнішні бар'єри: підкуп чиновників, недобросовісність ділових партнерів, застосування силових методів у стосунках із партнерами.
3. Бар'єри у сфері торгівлі: порушення зобов'язань по платежах, порушення строків постачання, закупівля та продаж товарів із простроченими термінами реалізації, операції з контрабандним товаром.
4. Бар'єри у сфері виробництва: виробництво товарів низької якості, підробка торгових знаків, створення підставних фірм та перекачування коштів.
5. Бар'єри у сфері фінансів: затримка операцій з метою "прокручування" грошей, розголошення комерційної таємниці, крадіжки, змови з конкурентами, підробки документів тощо.

Для подолання вищезазначених бар'єрів на підприємствах повинні бути створені механізми, що підвищать значущість етики в процесі ведення бізнесу. Серед них варто відмітити: етичні кодекси – являють собою етичні нормативи, які є описанням системи цінностей, якими повинні керуватися працівники компанії; карти етики – являють собою набір стратегічних рекомендацій та правил, що розширюють етичний кодекс підприємства та доносять його до кожного працівника; комітети з етики – створюються на підприємствах для того, щоб оцінювати впровадження етичних норм на повсякденній практиці; соціальні ревізії – створюються для перевірки звітності підприємств у розрізі соціального впливу діяльності компанії на оточуюче середовище; навчання етичній поведінці – призначене для підвищення обізнаності працівників в етичних питаннях, а також для підвищення показників етичності підприємств; етична експертиза – аналіз конкретного випадку чи аспекту діяльності компанії, з приводу якого виникає стурбованість з точки зору питань етики, та який може вплинути на репутацію та імідж підприємства (результат етичної експертизи – система запропонованих заходів, що спрямовані на покращення морального клімату та підвищення репутації компанії); етичне консультування – у ньому виникає потреба у ситуації, коли проблема підприємства не може бути вирішена за допомогою власних ресурсів, для чого запрошують зовнішніх експертів з питань бізнес-етики. Основна роль та практичне призначення етики в процесі впровадження соціальної відповідальності бізнесу криється у її місці під час впровадження КСВ на підприємстві. Основним індикатором

соціально-відповідальної компанії в Україні є її участь в Глобальному Договорі ООН. Завдяки орієнтації на принципи Глобального Договору ООН, українські підприємства мають змогу запровадити концепцію СВБ в своїй компанії. На сьогодні, серед найбільш соціально-відповідальних підприємств варто виділити такі: "ДТЕК", ArcelorMittal, СКМ, Оболонь, Метінвест, Нібулон, Київстар та ЕУ. До основних моральних критеріїв сучасної підприємницької діяльності в умовах сьогоденної економічної кризи можна віднести культуру ділової поведінки на ринку, професіоналізм, довіру, справедливість, володіння бездоганною репутацією чесного, компетентного та порядного партнера, гідну конкуренцію, об'єднання з однодумцями, які поділяють ці принципи.

Висновки. Корпоративна поведінка та етичне ведення бізнесу мають позитивні наслідки не тільки для акціонерів та зацікавлених сторін, але й для всієї економіки. Ми вважаємо, що етичне ведення бізнесу призводить до ефективного і продуктивного використання економічних ресурсів в процесі ведення бізнесу. Корпоративна поведінка впливає на відповідальність і належні економічні та інституційні поліпшення. Це матиме позитивний вплив на все суспільство загалом.

Цінність етики у бізнесі полягає в наданні нею практичних рекомендацій щодо становлення загальнолюдських цінностей в якості невід'ємної частини корпоративного життя. Для залучення в Україну міжнародного капіталу, її компаніям вкрай необхідно впровадити в себе всесвітньо визнані принципи ведення бізнесу. Щоб етичні принципи, норми, правила та стандарти могли перетворитися в реальні ділового життя, потрібно застосовувати механізми впровадження в практику етичних норм бізнесу. До них відносять: етичні кодекси, комітети з етики, тренінги, соціальні аудити, юридичні комітети, служби, що розглядають претензії громадян з етичних питань, зміни у корпоративній структурі.

Література

1. Fisher, J. (2004) Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts, *Journal of Business Ethics* 52: 391–400.
2. Whetten D. A., Rands G., & Godfrey, P. (2002). What are the responsibilities of business to society? In A. Pettigrew, H. Thomas, & R. Whittington (Eds.), *Handbook of strategy and management* (pp. 373–408). London: Sage.
3. Bhattacharya C B & Sen S (2004); Doing Better at Doing Good: when, why and how consumers respond to corporate social initiatives. *California Management Review*, 47(1): 9-24
4. Joyner B E & Payne D (2002): Evolution and Implementation: A study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility; *Journal of Business Ethics*, 41, 297-311

Надіслана/Written: 11.05.2017 р.

Надійшла/Received: 13.05.2017 р.

Рецензент: д.е.н., проф. К. А. Андрющенко