

ТОП-10 правил бізнес-етики, якими нехтують в Україні

Опубліковано в №15 (721)

Стаття

Обговорення

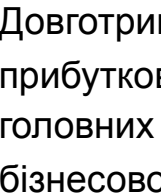
Друкувати

Зберегти

–

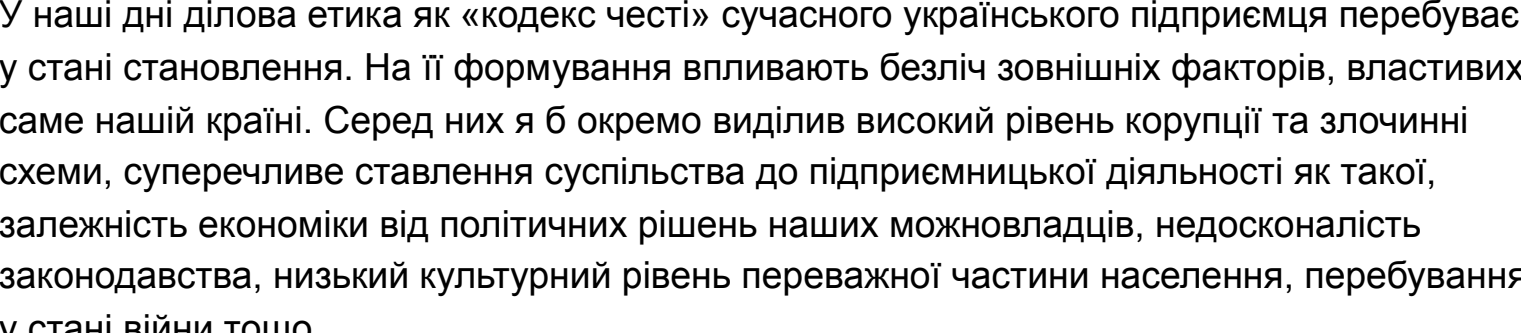
текст

+



Igor Караваса
 «Everlegal» юрист, адвокат

Довготривале існування і розвиток будь-якої компанії залежить не лише від її прибутковості. Як свідчить міжнародний досвід, в сучасному підприємництві одним з головних чинників, що визначають підприємницький успіх, є професійна культура бізнесової діяльності. Ефективні стратегії ведення бізнесу вдало співіснують з низкою етичних засад, що так чи інакше вдосконалюють бізнес, посилюють його соціальну відповідальність і привабливість.



У наші дні ділова етика як «кодекс честі» сучасного українського підприємця перебуває у стані становлення. На її формування впливають безліч зовнішніх факторів, властивих саме нашій країні. Серед них я б окремо виділив високий рівень корупції та злочинні схеми, суперечливе ставлення суспільства до підприємницької діяльності як такої, залежність економіки від політичних рішень наших можновладців, недосконалість законодавства, низький культурний рівень переважної частини населення, перебування у стані війни тощо.

Розберемося в термінології: що взагалі являє собою бізнес-етика та які її основні засади? Ділова етика — це форма прикладної етики, яка аналізує різнопланові проблеми, властиві бізнес-середовищу. Зокрема, велика увага приділяється розгляду наступних питань: боротьбі між конкурентами, соціальній відповідальності, яку несуть ділові співтовариства, ефективним методам управління компаніями та організаціями, дотриманню трудового законодавства й поваги до прав працівників, участі представників бізнес-кіл у благодійності, уникненню протиправних дій, корупції, шахрайства тощо. Головними цінностями бізнес-етики є чесність, надійність, виконання обіцянок, відкритість, повага, громадянська відповідальність, турбота про інших.

Справді круті цінності... Проте повернемося до реалій життя. Пострадянський тип мислення, становлення державності, незрозумілі й нечіткі правила гри породили прошарок українських бізнесменів, які керуються наступними принципами: «Прибуток понад усе», «Не обдуриш — не продаси», «Культ грошей». Причини криються в глибокій психології.

Що саме робить вітчизняний бізнес менш етичним:

- комплекс меншовартості, страх йти до кінця, ризик грати за високими ставками. Психологія не переможця, а переможеного ще до початку гри;

- відсутність емпатії, прагнення емоцій но відгукнутися на проблеми іншої людини;

- існуюча зневага до законодавства;

- нехтування іміджем ділової людини, що виявляється у типі мислення, манері одягатися, поводитися;

- жадібність, небажання відгукнутися на соціальні ініціативи за принципом «моя хата скраю — нічого не знаю».

З таким бекграундом лише міжнародний досвід, робота над помилками та час здатні докорінно змінити ситуацію з розробкою і впровадженням високих стандартів бізнес-етики на теренах України.

А зараз поговоримо про топ-10 правил бізнес-етики, якими полюбляють нехтувати підприємці в нашій країні:

1. Правило чесності ведення бізнесу

Українські бізнесмени часто чують на свою адресу звинувачення в тому, що вони обкрадають свою країну, не сплачуючи податки або впроваджуючи схеми мінімізації. Йі насправді, існуюча податкова система часто ставить підприємців у глухий кут, позбавляючи можливості вкладати кошти у розвиток власної справи, виплачувати зобов'язану плату персоналу. Вихід лежить на поверхні: держава має вдосконалити Податковий кодекс, роз'яснити адекватність встановленого розміру тих чи інших ставок, розробити систему заохочень за своєчасну сплату всіх нарахувань, звітувати перед платниками за використання бюджетних коштів. За таких умов у підприємця не буде необхідності використовувати тіньові механізми й грати нечесно.

2. Недобросовісна реклама

Дедалі частіше в інформаційний простір стали потрапляти матеріали рекламного характеру, що є неправдивими, вводять в оману споживачів стосовно виду, якості, ціни певного товару чи послуги. Протягом останнього десятиліття на ринку сталася низка брутальних інцидентів: завдяки антирекламі чужої продукції компанії просували власні бренди, дискредитуючи продукцію конкурентів. Така реклама підриває довіру суспільства та не відповідає принципам здоров'я конкуренції, а отже, й правилам бізнес-етики. Як приклад, не можна не згадати поширення світлом пандемії коронавірусу. Деякі недобросовісні бізнесмени виявили бажання заробити в умовах розгубленості й недостатньої поінформованості частини суспільства. В результаті АМКУ заборонив поширювати рекламу щодо здатності ліків запобігати виникненню або ж лікувати COVID-19.

3. Правило прийому на роботу без дискримінації

Застарілі методи управління та стереотипне мислення досить часто спричиняють таку ситуацію, коли український роботодавець свідомо віддає перевагу певній категорії фахівців, беручи до уваги вік, стать, стан здоров'я, склад сім'ї, релігійну приналежність, національність, мову чи інші ознаки. При цьому можуть мати місце й дискримінаційні дії щодо навчання такого працівника, просування кар'єрними сходами, встановлення рівня оплати праці. Трохи статистики: зарплата українських жінок на третину менша, ніж у чоловіків, «працевздатним», або радше «бажаним» вважається вік громадянина до 45 років, лише 48% переселенців зі Сходу мають постійну роботу. Окремо хочеться висвітлити ще один «гіршок» вітчизняного бізнесу: він досить неохоче залучає до своїх трудових колективів осіб з інвалідністю. Ігноризивне середовище рівних можливостей — це та поки що нездійсненна реальність, якої прагне українське суспільство.

4. Правило бути соціально відповідальним бізнесом

Жадібність як національна риса характеру вкупі з тотальною економією на дрібницях та відсутністю чіткої громадянської позиції змушують охарактеризувати левову частину українських підприємців як соціально безвідповідальні, Роками не вирішуються такі проблемні питання, як охорона навколишнього середовища та реалізація благодійних програм. Щодо довкілля, то, як правило, кошти економлять на впровадженні екологічно чистих технологій та систем моніторингу виробничих циклів, на використанні відновлюваних ресурсів та безпечної упаковки, на утилізації відходів. Стосовно ж громадянської відповідальності, то рідко буває, що компанія переймається проблемами суспільства, в якому працює. Перш за все, варто усвідомити, що благодійність не є одноразовою акцією. Усі благодійні проекти повинні мати чіткий план розвитку та відповідати етичним принципам. Теодор Рузвельт говорив: «Нехай краще бізнесмени ведуть свої справи чесно, аніж потім віддають частину свого надприбутку на благодійність». І в цьому висловлюванні є своя доля правди. Так чи інакше, бажання чинити добро — найкращий індикатор зрілості будь-якого суспільства.

5. Етика відносин з партнерами

Утримати старих партнерів у п'ять разів дешевше, аніж залучити нових. Ця стара аксіома, мабуть, теж невідома широкому загалу українських підприємців. Вони відкрито нехтують загальноприйнятими етичними нормами, гублячи на шляху до надприбутків власну репутацію. Культура ділового партнерства споконвіку ґрунтується на довірі, чесності, умінні тримати слово, добросовісності сторін. Натомість маємо недотримання зобов'язань, невраховання інтересів партнерів під час розподілу прибутку, укладення таємних угод на ринках тощо. Отже, підтримувати конструктивні взаємовідносини і здійснювати спільні проекти з партнерами — справжнє мистецтво, поки що, на жаль, неосвяжене українськими акулками бізнесу.

6. Правило поваги до правових норм

Повага до закону — це шанобливе ставлення до оточуючих людей і себе. Саме закон виступає гарантом забезпечення прав і свобод громадян. Так історично склалося, що українці, кожен на своєму шаблі, легковажно ставляться до законодавства. Хтось, наслідуючи приклад своїх батьків, переходить дорогу на червоний копір світлофора, хтось паркує свою автівку на місці для людей з інвалідністю, а якийсь службовець вимагає хабар за потрібний папірець. Л. Брандейс говорив: «Для того, щоб закон поважали, спочатку треба створити закон, що заслуговує на таку повагу». На мою думку, копіяї у сфері нормотворення та часто досить суперечливі закони на виході викликають недовіру та роздратування як у звичайних обивателів, так і у представників бізнесу. Безумовно, компанії не повинні брати участь або миритися з хабарництвом, безумиванням грошей, торгівлею наркотиками, зброєю, порушувати домовленості з міжнародними партнерами, споживачами своєї продукції чи конкурентами. Крім того, вони повинні визнавати, що деякі їх дії, навіть такі, що здійснюються за законом, можуть призвести до небажаних наслідків. Цілковита відповідальність та повага до внутрішніх і міжнародних правових норм — той стовп, на якому тримається не лише етика бізнесу, але й етика в широкому розумінні.

7. Зовнішній вигляд і манери як складові іміджу ділової людини

Люди сприймають один одного на основі тих чи інших сигналів, які вони передають. Одним із найголовніших ретрансляторів є зовнішній вигляд, що включає одяг, вираз обличчя, жести, міміку. Довгий час в Україні не існувало бізнес-шкіл, у яких би навчали хороших манер та основ іміджмейкінгу. Підприємці інтуїтивно виробляли свій стиль, роблячи часом кумедні помилки: від дещо консервативного до зухвало розкішного одягу. Ми досі пам'ятаємо про «малиновий піджак», золоті «ролекси», зачіску «йожик». На допомогу прийшов усім відомий дрес-код. Він розробляється відповідно до часу та вимог компанії, вважається компонентом її корпоративної культури та важливою частиною бренду. Дрес-код в офісі вже давно переріс своє первісне призначення і перетворився в самостійний напрям сучасної стилістики. Все частіше можна побачити бізнесмена в стилі «вільної п'ятниці» вже в понеділок. Проте ідеальний костюм та краватка не можуть гарантувати успіх, коли відсутні гарні манери. Сутність останніх — люб'язність та повага до оточуючих, дружня посмішка, самоконтроль та загальний настрій. Усі ці премудрощі українському бізнес-середовищу ще належить опанувати. Добре, що крига скресла. Провідні фірми почали виділяти кошти на навчання персоналу, звертаються за порадами до кваліфікованих іміджмейкерів, проводять внутрішні корпоративні тренінги з ділового етикету.

8. Конфлікт інтересів

Він виникає тоді, коли особисті відносини або дії працівника заважають йому бути об'єктивним у виконанні повсякденних завдань. Нерідко трапляються ситуації, коли мак власною вигодою та інтересам компанії обидано. Продовжується практика призначення на посади родичів, так зване «кумівство», коли на перший план виходять родинні або особисті зв'язки, а не кваліфікація потенційного працівника.

9. Культура спілкування в мережі Інтернет та мобільний етикет

Ділове спілкування все частіше здійснюється за допомогою спеціалізованих інтернет-програм та месенджерів. Подібні форми спілкування дозволяють швидкий вирішення питань, тому стають все більш популярними. Нові форми — нові помилки: зпо вживання емоді та хештегами; використання CapsLock для підкреслення важливості повідомлення; необережність з лайками та репостами, нехтування розділовими знаками; безконтрольна розсилка спаму від вашого імені тощо. Пересічні українці мало звертають уваги на те, чи не заважає їх смартфон оточуючим. Сфери бізнесу це теж торкнулось. Найбільш поширеними помилками є текстова переписка під час переговорів; висока гучність рингтону та повідомлень; розмови по телефону в ресторанах; нехтування вібродзвінком; кидання слухавки, коли включається автовідповідач; чекання на відповідь більше шести гудків; скидання дзвінка; обговорення ділових питань у неробочий час, розміщення гаджету на столі, а не в кишені під час бізнес-зустрічей тощо.

10. Тайм-менеджмент

Невтішна тенденція прослідковується стосовно недотримання в бізнес-колах принципу «фінуйте час один одного». Цим ґрішать як середня ланка працівників, так і керівники бізнесу. В результаті гальмуються робочий процес та прийняття управлінських рішень.

Наостанок хочеться додати: чим більше українських підприємців будуть зацікавлені в довготривалому успіху, тим більше уваги приділятиметься питанням етичного ведення бізнесу. В свою чергу, це поставить Україну на один щабель з країнами, де вже давно існує цивілізований ринок, а також приверне закордонні інвестиції, адже мати справи з пунктуальним та вихованим партнером значно приємніше.

Підписуйтесь на "Юридичну Газету" в [Facebook](#), [Twitter](#), [Telegram](#), [Linkedin](#) та [YouTube](#).

Теги:
 Україна, компанія, етика, правила, Юридична Газета, Igor Караваса, бізнес-етика

Share

Мені сподобалось

0

0

Додати коментар

Авторизуйтесь

Зареєструйтесь

Відмінити

Опублікувати

Юридична Газета

Передплатний індекс: 06674, 60193
 Газета виходить один раз на місяць.
 Видається з 2003 року.

Реєстраційне свідоцтво
 КВ №11259-139ГП
 від 24.05.2006 р.
[Регістраційна політика](#)

Видавець: ТОВ «Юридична газета»

Генеральний директор,
 т.я.о. Головного редактора Олена Осмоловська,
osmolovska@yur-gazeta.com

Редактор сайту Оксана Журба,
oksana.yurgazeta@gmail.com

Телефони:
 (044) 364-80-58, (068) 472-99-57 - редакція,
 (044) 364-80-59 - бухгалтерія

Адреса:
 01004, м. Київ, вул. Казарменна (Андрушенка), 4Д, оф. 93

Адреса для листування:
 01103, м. Київ, вул. Михайла Бойчука, 18
info@yur-gazeta.com

Передрук, відтворення і використання матеріалів
 дозволяється лише за умови посилаання на [Yur-Gazeta.com](#)
 із зазначення даних про автора публікації.