



Етика бізнесу

Етика бізнесу (комерційної, підприємницької, будь-якої іншої дозволеної законом діяльності задля отримання прибутку) є складовою етики ділових відносин. Ці відносини охоплюють не тільки виробничу, організаційну, правову сфери, бо навіть дуже близькі люди (рідні, друзі, кохані) час від часу є їх суб'єктами, наприклад при розподілі спадщини, спільному придбанні житла, транспортних засобів або співпрацюючи в одній організації.

Загалом етика ділових відносин досліджує безособистісні, практично-утилітарні відносини людей з метою їх гармонізації, гуманізації, узгоджує їх з моральними вимогами. Проблемне поле етики бізнесу є вужчим і конкретнішим, ніж етики ділових відносин, оскільки її наукові інтереси обмежені сферою підприємницької, комерційної діяльності.

Етика бізнесу — складова етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької, комерційної діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації

Функціонування етики бізнесу пов'язане з неоднозначним трактуванням такої філософської проблеми, як сумісність (несумісність) бізнесу і моралі, а відповідно, і науки про неї. Уже не одне століття у західному світі вважають нормальним (природним) суспільство з ринковою економікою і нормальною (природною) поведінку людини — ринкову поведінку. Неринкова поведінка розцінюється як ненормальна, неприродна, штучна, як потворний наслідок втручання у приватне життя особи зовнішніх щодо неї сил, передусім держави. Для багатьох громадян, особливо старшого покоління, посттоталітарних держав, у тому числі й України, таке бачення людини поки що є неприйнятним. Вони вважають, що ринок, бізнес є сферою реалізації індивідуалістичних, егоїстичних інтересів людини, які породжують експлуатацію, економічне, соціальне відчуження людей і багато інших негуманних явищ суспільного буття. На їх погляд, подолати цю проблему можна лише на основі суспільної власності на засоби виробництва. Однак спроби побудувати суспільство на засадах суспільної власності, яка унеможливило функціонування ринкової економіки і відповідну поведінку людей, зазнали краху. З'ясувалося, що позбавлені змоги реалізувати власні егоїстичні, індивідуалістичні прагнення люди стають пасивними, безініціативними, нездатними самостійно приймати рішення і діяти, перекладають відповідальність за своє соціальне буття на державу, проявляють гіпертрофовані сподівання на "сильну руку", що породжує безліч моральних проблем.

Теоретико-методологічною основою наукового розуміння співвідношення етики і бізнесу є вчення про людину, її сутнісні сили, різноманітні відношення до світу (практично-утилітарне, моральне, естетичне тощо). Вступаючи у певне відношення, людина орієнтується на відповідні цінності: за естетичного відношення — на красу; за морального — на своє уявлення про добро; за практично-утилітарного — на користь, матеріальну вигоду. Йдеться про локально-ситуативні відношення людини до дійсності, в яких вона постає переважно в одній зі своїх ролей, виявляючи при цьому одну із своїх сутнісних сил. Інші її сутнісні сили у той час ведуть себе пасивно, а відповідні "відсіки свідомості" деактуалізуються, витісняються на периферію. Наприклад, за практично-утилітарного відношення послаблюється вплив моральних почуттів (вигода, особливо велика, паралізує совість), осліплюються естетичні, присипляються релігійні почуття (у гонитві за матеріальною винагородою віруючі іноді переходять на бік іновірців чи атеїстів).

Практично-утилітарне відношення до дійсності, яке історично передує всім іншим, характерне і для тварин (користь є основною рушійною силою їх поведінки). На основі цього відношення у процесі філогенезу (історичного розвитку) виникли всі інші відношення і відносини — моральне, естетичне, релігійне, котрі якісно відрізняються від практично-утилітарного насамперед своєю гуманістичністю, духовністю. Людина як суб'єкт практично-утилітарного відношення керується егоїстичними принципами і мотивами поведінки. Прагнучи гармонізувати стосунки індивідів і соціальних груп, людство виробило відповідні противаги утилітарному егоїзму — право і мораль. Проблемами утвердження засобами права соціальної справедливості за приватної власності, ринкової економіки займається соціологія, а проблемами облагородження індивідуалізму та егоїзму засобами моралі — етика, насамперед етика бізнесу.

Історія гуманізації, облагородження практично-утилітарного начала в людині є складною і суперечливою. Тривалий час людина розрізняла предмети, явища світу за критерієм "корисно — шкідливо". Вперше вона виокремила у своєму бутті красу, добро, священне на етапі зародження рабовласницького суспільства, коли почали формуватися могутні противаги утилітарного ставлення до дійсності — право, мораль, мистецтво, релігія. Однак ще дотепер прекрасне, доброчесність ототожнюють з утилітарним, а добро розглядають не як моральний феномен, а як матеріальне благо, статок.

З розвитком людства змінювалися погляди на сутність і роль багатства. Одними з перших почали задумуватися над моральним буттям, не детермінованим матеріальною вигодою, античні мислителі. Наприклад, Арістотель 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 Л.-А. 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 ранг основних життєвих цінностей було возведено власність, багатство, гроші, соціальне становище. Разом із забезпеченням суверенності особистості, захистом її прав і свобод, розкріпаченням 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, оскільки право обмежує свавілля великих власників, стимулює ініціативу і високопродуктивну працю. Однак правове поле держави лише в загальних вимірах визначає принципи відносин у сфері підприємницької діяльності. У зв'язку з цим 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.



< **Попередній розділ**

Етика промови захисника-адвоката

Наступний розділ >

Предмет етики бізнесу та її значення

