

АНАЛИЗ ЭТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ И ПОДХОДОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А.С. Феденкова

Томский политехнический университет, г. Томск
E-mail: anna_fedenkova@mail.ru

В статье дается обоснование использования подходов экономической этики в современных условиях. Анализируются основные этические проблемы, возникающие между субъектами экономических отношений. Дается анализ этических проблем возникающих во внешней и внутренней среде организаций, а также обоснование взаимосвязи "этической" деятельности организации и ее влияния на макро и микро среду.

Ключевые слова: этика бизнеса, социальная ответственность, ценности, экономическая этика, этические подходы к управлению, мотивация

Сложной глобальной бизнес-среде XXI века компании всех размеров сталкиваются с множеством этических проблем. Предприятия несут ответственность за разработку кодексов поведения и этики, которые каждый член организации должен соблюдать и вводить в действие.

Этические проблемы тесно связаны с экономическими проблемами. Этические проблемы в экономических отношениях имеют столь же давнюю историю, как и сами экономические отношения. Но особую актуальность они приобрели в современном мире, когда произошла глобализация и конкурентная среда стала более жесткой. Сейчас проблемы этики в экономике и деловых отношениях активно исследуются, ведутся научные дискуссии, во многих учебных заведениях вводятся предметы, связанные с этикой бизнеса и социальной ответственностью организаций.

Фундаментальные этические проблемы в бизнесе включают в себя поощрение поведения, основанного на честности, и это порождает доверие, но этические проблемы являются сложными по своему решению и включают в себя индивидуальные подходы, а также принятие во внимание ценности компании. Проблемы этики становятся очень актуальными и выходят на первый план наряду с экономическими проблемами. Действительно, проанализируем следующий пример, связанный с этической проблемой выбора между краткосрочной выгодой и долгосрочной перспективой: у вас есть сто долларов и вы могли бы потратить их на ночные развлечения или пожертвовать их для поддержки кампании вашего любимого политика. Ночь в городе даст вам удовольствие. Успешная компания политика может привести к большей свободе и различным благам в обществе в целом. И это только один из примеров решений, которые мы регулярно принимаем в своей жизни. Это напрямую связывает экономику с основной проблемой в этике: по какому стандарту мы определяем: что считается выгодой или перспективой? В список подобных ценностных категорий можно включить счастье, выживание, свободу, долг, равенство [2, с. 13].

В самой истории экономических учений также возникают этические вопросы и дилеммы. Например, одним из результатов дебатов о капитализме и социализме девятнадцатого и двадцатого веков является общий консенсус в отношении того, что капитализм эффективен для производства богатства, а социализм эффективен для того, чтобы люди были равными по доходам, и это решает целый ряд проблем, в том числе и счастья и удовлетворенности жизнью. Исследователи капитализма утверждают, что «социализм хорош в теории, но, к сожалению, это непрактично». Неявным в капиталистической позиции является мнение о том, что практичность не всегда является благом. Тем более, когда речь идет о нравственных категориях, являющихся зачастую субъективными и индивидуальными.

Существуют стандартные вопросы этики, которые напрямую касаются экономики:

«Каков стандарт хорошего?» и «Как установить, что это хорошее?» Третий актуальный вопрос этики: кто должен быть бенефициаром блага? Общее предположение об этике в экономике состоит в том, что люди рациональны и корыстны. Третий вопрос посвящен личным интересам. Является ли корысть моральной или аморальной? Является ли мораль причиной того, что люди берут на себя ответственность за свою жизнь и работают ради достижения счастья? Или мораль является главным вопросом, когда люди принимают ответственность за других и готовы отказаться от них или жертвовать ими? Это этическая дискуссия разницы между эгоизмом и альтруизмом[2, с. 11].

В работе американского социолога Л. Хосмера сформулированы современные этические принципы делового поведения, основанные на аксиомах мировой философской мысли, которые были проверены на протяжении многих столетий теории и практики. Это следующие 10 принципов:

1. Никогда не делайте то, что не относится к вашим долгосрочным интересам или интересам вашей компании (принцип основан на учениях древнегреческих философов, в частности Протагора, о личных интересах, в сочетании с интересами других и разнице между длинными долгосрочные и краткосрочные интересы).
2. Никогда не делайте то, что вы не можете сказать, действительно честно, открыто и правдиво, о чем вы можете с гордостью объявить всей стране в прессе и на телевидении (принцип основан на взглядах Аристотеля и Платона на личные достоинства - честность, открытость, умеренность и т. д.).
3. Никогда не делайте то, что не хорошо, что не способствует формированию чувства локтя, потому что мы все работаем для одной общей цели (принцип основан на предписаниях мировых религий (Св. Августин), призывающих к доброте и состраданию).
4. Никогда не делайте ничего, что нарушает закон, потому что закон представляет минимальные моральные стандарты общества (принцип основан на учении Т. Гоббса и Дж. Локка о роли государства как арбитра в конкуренции между людьми за добро).
5. Никогда не делайте ничего, что не приносит пользу, а вред обществу, в котором вы живете (принцип основан на этике утилитаризма (практическое использование морального поведения), разработанном И. Бентамом и Дж. С. Миллсом).
6. Никогда не делайте то, что вы не хотите рекомендовать другим, находящимся в подобной ситуации (принцип основан на категорическом императиве И. Канта, в котором объявлено известное правило о универсальном управлении).
7. Никогда не делайте того, что ущемляет права других (принцип основан на взглядах Дж. Дж. Руссо и Т. Джефферсона на права человека).
8. Всегда действуйте таким образом, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требования рынка и с полным учетом затрат. Максимальная прибыль при соблюдении этих условий свидетельствует о наибольшей эффективности производства (принцип основан на экономической теории А. Смита и учениях В. Парето об оптимальной сделке).
9. Никогда не делайте ничего, что могло бы навредить самым слабым членам нашего общества (принцип основан на правиле распределения справедливости Ралса);
10. Никогда не делайте ничего, что могло бы помешать праву другого человека на саморазвитие и самореализацию (принцип основан на теории Нозика о

расширении степени индивидуальной свободы, необходимой для развития общества) [4, с. 143].

Эти принципы в какой-то мере присутствуют и признаны справедливыми в различных бизнес-культурах. Идеальная, хотя и очень далекая цель мирового делового сообщества - это тип отношений, основанный на триумфе моральных и этических принципов. Одним из наиболее важных шагов в этом направлении можно считать Декларацию о сотрудничестве «Принципы бизнеса», принятую в 1994 году в швейцарском городе Ко. В Декларации была предпринята попытка объединить основы восточных и западных бизнес-культур, ее инициаторами стали лидеры крупнейших национальных и транснациональных корпораций в США, Западной Европе и Японии.

Если говорить о типичных этических проблемах, возникающих между участниками деловых отношений, то можно исходить из основных факторов влияния микро и макросреды. Ожидается, что предприятия будут в полной мере соблюдать экологические законы, федеральные и государственные правила безопасности, законы о финансовой и финансовой отчетности и все применимые законы о гражданских правах.

Этические дилеммы зачастую основываются на стандартных общечеловеческих: это проблема выбора между краткосрочной выгодой и стратегической; личные и общественные интересы; подмена ценностей: моральных и материальных [1, с. 01138].

В сфере конкуренции этические проблемы возникают с использованием способов, которыми ведется эта борьба. Это может быть и промышленный шпионаж, и открытый обман на переговорах. Еще один способ – это снижение издержек, как инструмент снижения цены на товар, с целью сделать его более привлекательным для потребителя. Снижение издержек проводится разными способами в частности: снижение качества товара, изменение технологии с использованием менее качественного сырья, уменьшение зарплаты и прочих выплат сотрудникам предприятия.

Еще одна стандартная сфера это отношения между организацией и потребителем, как уже говорилось это снижение качества продукции, и намеренное снижение сроков эксплуатации товара. Также весьма специфичной проблемой является реклама. Без рекламы ведение бизнеса не возможно, но если рассматривать создание рекламы через призму этики, то реклама – это прямой обман с целью создания яркого, привлекательно образа для потребителя.

Сфера отношения организации и окружающей среды также возникают этические проблемы, вытекающие из принципов экологической этики, состоящие из двух вариантов действий человека: использование ресурсов и переработка отходов. Например, есть ли у нас нехватка деревьев, как «зеленых легких планеты», нужно ли нам бурить нефть на Аляске – вопрос использования ресурсов; токсичные химические вещества отравляют водоснабжение, парниковые газы являются причиной глобального потепления – проблемы удаления отходов. Некоторые проблемы, такие как переработка, являются вопросами как использования ресурсов, так и удаления отходов.

Рассмотрим пример переработки алюминиевых банок из – под напитков. Мотивацией для переработки может быть утверждение, что в мире заканчивается природный ресурс - в данном случае алюминий. Частично это убеждение зависит от строго научной информации: сколько алюминия доступно с Земли? Сколько мы сейчас используем? По мере совершенствования методов добычи и обработки, какой эффект будет иметь доступный запас алюминия? Исходя из от научных данных можно сделать вывод, что алюминий становится все более обильным или дефицитным.

Другая часть проблемы переработки объединяет экономические соображения. Утилизация может увеличить доступный запас алюминия и сэкономить место на полигонах, но у него также есть издержки: затраты на изготовление и установку утилизационных ящиков для пустых банок, денежные расходы. А также загрязнения,

связанные с передвижением грузовых автомобилей, переработки банки для извлечения необработанного алюминия и т. д.

Другая часть проблемы переработки включает общие политические обязательства. Учитывая, что использование ресурсов и переработка ценны для сохранения природы, какие социальные институты мы должны использовать для достижения этих ценностей? Должна ли переработка быть добровольной и быть предметом рыночных стимулов?

Эти вышеуказанные научные, экономические и политические вопросы, представляет собой набор предпосылок этических ценностей. Противоположный взгляд, традиционному, когда эгоистически рассматривают окружающую среду как набор ресурсов для людей, чтобы использовать их в интересах. Люди используют окружающую среду для различных экономических и эстетических целей, и для здоровья людей важно соблюдать определенные стандарты чистоты. Исходя из этого предположения, имеет смысл попросить ученых исследовать запас ресурсов и разработать методы их извлечения. Также имеет смысл попросить экономистов провести анализ затрат и выгод, сравнивая добычу и переработку, чтобы определить наиболее рентабельные методы производства алюминия.

Самые фундаментальные или важные этические проблемы, с которыми сталкиваются предприятия, - это целостность и доверие. Основопологающее понимание целостности включает в себя идею честного и честного ведения бизнеса. Когда клиенты считают, что компания демонстрирует непоколебимую приверженность этическим деловым практикам, между бизнесом и людьми, с которыми он стремится служить, может развиваться высокий уровень доверия. Связь доверия между вами и вашими клиентами может стать ключевым фактором успеха вашей компании.

Следует отметить, что во внутренней среде организации также возникают те или иные этические проблемы, например, во взаимоотношениях начальник-подчиненный, при принятии управленческих решений. Полезный метод решения этических дилемм и определения этических курсов действий включает сбор фактов, оценку любых альтернативных действий, принятие решения, тестирование решения на справедливость и отражение результатов. Этические процессы принятия решений должны сосредоточиться на защите прав сотрудников и клиентов, гарантируя, что все бизнес-операции справедливы и справедливы, защищают общее благо и обеспечивают защиту индивидуальных ценностей и убеждений работников. Также весьма специфичной сферой являются неформальные отношения.

Во взаимоотношениях между начальником и подчиненным, как и при принятии управленческих решений не всегда учитываются зачастую возникающие этические дилеммы, связанные с учетом интересов всех сторон, индивидуальном подходе к проблеме. Что касается этики поведения руководителя – она оказывает влияние на атмосферу на рабочем месте в целом [2, с. 13].

Неформальные отношения в деловой сфере могут являться разрушающим фактором, ведь перед человеком встает вопрос: что ценнее дружба и человеческие взаимоотношения или интересы бизнеса?

Таким образом, изучив проблемы и принципы этики бизнеса можно сделать следующий вывод: этика бизнеса и экономическая этика базируются на общепринятых нравственных принципах поведения, а также на критериях, устанавливаемых законодательством. Основу этики бизнеса составляет этика прикладная, изучающая нормы поведения в определенных сферах человеческой жизни. Этика бизнеса должна также базироваться на принципах как этики профессиональной, так и на определенных принципах взаимоотношений: цивилизованное отношение с конкурентами, подчиненными, деловыми партнерами, которое бы исключало все виды дискриминации

и противопоставления одних другим. Также этика бизнеса должна учитывать культурно-этические традиции и соответствующие правила поведения.

Управлять организацией позиции этики непросто, учитывая множество влияний, как внутренних, так и внешних. Корпоративные этические программы не всегда полностью устраняют неэтичное поведение, которые возникают сегодня на различных социально-экономических уровнях. Тем не менее, усилия менеджеров по укреплению этического климата в их организациях будут иметь реальные преимущества для сотрудников, для работы фирм и для общества в целом. Узаконивая этические подходы к ведению бизнеса, защищая этические ценности, несмотря на краткосрочные издержки, серьезно рассматривая проблемы противоречивых ценностей, руководители могут способствовать укреплению их организаций и укреплению общественного доверия к бизнесу.

Список использованной литературы

1. Fedenkova A.S., Sechina A.A. Corporate Social Responsibility as a tool to ensure sustainability and competitiveness of the monotowns [Electronic resource] // SHS Web of Conferences. – Les Ulis : EDP Sciences, 2016. – Vol. 28: Research Paradigms Transformation in Social Sciences (RPTSS 2015). – P. 01138–01143.
2. Феденкова А.С. Этика руководителя, как механизм влияния на мотивацию персонала в организации [Электронный ресурс] = Ethics the manager as the mechanism of influence on the motivation of staff in the organization // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1. – С. 10–15.
3. Никитина Л.М. Факторы влияния корпоративной социальной ответственности с позиций требования времени и институциональной среды // Вестник воронежского университета. Серия: Экономика и управление. – 2014. – № 2. – С. 21–25.
4. Кибанов А.Я. Этика деловых отношений : учебник / под ред. А.Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 368 с.