

ЧЕСЛАВ ГЛИНКОВСКИЙ,

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики производства Экономической академии (Польша);

ЯН СИКОРА,

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии Экономической академии (Польша)

ИЗБРАННЫЕ АСПЕКТЫ ЭТИКИ БИЗНЕСА

1. Сущность, обусловленности и внедрение этики бизнеса в условиях экономической трансформации

Сущность этики бизнеса относится к определению этических принципов, их внедрению в жизнь, а также формулировки санкций за неподчинение им. Предметом этики бизнеса являются нормы и этические достоинства участников бизнеса, т. е. как лиц, принимающих решения, так и технических работников, являющиеся результатом их собственной личной восприимчивости, а также этических знаний, которые они черпают из общего уровня общественного отношения работника к своему предприятию и к работе. Предмет этики бизнеса есть также отношение к внешнему окружению (например, к рынку, то есть этические реляции с клиентом), общественная ответственность фирмы за свое действие.

К факторам, оказывающим влияние на создание норм этического поведения в бизнесе относятся:

- основные этические права;
- специфические этические права;
- эффективность санкций, угрожающих за несоблюдение этики;
- общий уровень общественного сознания, т. н. этической впечатлительности основных профессиональных групп в бизнесе, например, менеджеров, бизнесменов.

Этика в бизнесе — это применение особых норм, которые развиваются данной фирмой. К ним можно отнести:

- солидарность в реализации обязательств по отношению к потребителям;
- соблюдение полномочий и ответственность владельцев фирмы, а также сотрудников;
- поведение, соответствующее правовым нормам;
- поведение, соответствующее общепринятым принципам общественного сосуществования.

Этика в бизнесе имеет свое соотношение в практике. В Польше, в условиях экономической трансформации, экономической свободы, субъекты, занимающиеся экономической деятельностью, не всегда хотят соблюдать закон, действовать согласно с принципами общественного сосуществования, с хорошими обычаями, а также соблюдать принципы этики экономической деятельности.

Неуверенность, относительно этики польских бизнесменов, экономические аферы, отсутствие доверия работников фирмы к их руководству вызывают проблемы, препятствующие участию в мировом бизнесе.

В практике часто провозглашаются неолиберальные взгляды, основанные на тезисах американского экономиста Мильтона Фридмана: "Допустимо все то, что не противоречит праву". Данные односторонние мнения не учитывают в экономической деятельности поведения согласно с моральными нормами и нравственными правилами. Объясняя такое поведение, Эрих Фромм отмечал, что не следует особенно удивляться тому, что в культуре, в которой преобладает торговая ориентировка, а материальный успех является наибольшей ценностью, отношения в области человеческой любви подлежат той же самой схеме обмена, которая руководит товарным рынком труда. Усиление незэтического поведения начало вызывать беспокойство в некоторых кругах польского бизнеса, а также в научной среде, которая заметила эти тенденции и признала жизненной необходимостью потребность разъяснения, распространения и обеспечения соблюдения принципов этики в деятельности многих фирм. Включение Польши в структуры Европейского сообщества потребует

применения системы стоимости и этических критериев, накладывающих обязательства в международном масштабе.

Отсюда заинтересованность этикой бизнеса постоянно увеличивается. Организуются всеобщие конференции этики бизнеса; создаются научные общества, занимающиеся этим вопросом; издаются кодексы этики в экономической деятельности. Следовательно, в этой области предпринимаются разные образовательные действия, задача которых состоит в рекомендации распространения, внедрения и обеспечения соблюдения решений этического поведения в бизнесе. Все больше вузов ведет лекции и вводит этику бизнеса как предмет обучения.

Итак, мы видим, что этика бизнеса стала очень важным элементом жизни и каждый, кто ее игнорирует, остается позади своей эпохи.

2. Изменения этики бизнеса в Польше после 1989 года

В этой части работы предпринята попытка анализа влияния избранных общественных, политических, экономических и культурных факторов на этику хозяйствования. Конечно, в рамках такого небольшого труда невозможен исчерпывающий анализ, оценка обсуждаемого феномена, поэтому были приведены примеры, которые должны иллюстрировать это влияние в нескольких избранных направлениях до и после 1989 года, одновременно учитывая определенные оценки человеческого поведения, а также используя концепции структур, выступающих против этики.

Влияние политических, общественных, экономических и культурных изменений на этику бизнеса будет анализировано в трех аспектах:

— индивидуальный — поведения отдельных лиц и реляций между индивидуальными единицами;

— структуры власти — поведения менеджеров и реляции между ними, а также между ними и подчиненными;

— организационный — отношений между организациями одного типа, а также находящимися в реляции подчинения и приоритета.

Оценку этики бизнеса следует также провести согласно с классическим разделением на описательную и нормативную этику. Это чрезмерно важно в связи с фактом, что в нормативной сфере, т. е. в сознательной, изменения в масштабе всего общества происходят медленно. Зато в бихевиориальной сфере в такие периоды, как крах одного строя и образование нового — изменения драматичны и сопутствует им более короткий или более длинный период аномии. Такая трактовка кажется очень выгодной, когда мы хотим понять и объяснить, почему во время изменений в Польше (после 1989 года) поведение в массовом масштабе не отражало всеобщих признаваемых этических норм.

Происходящие после 1989 года изменения, относящиеся к общественному строю, политические, культурные изменения, и прежде всего процессы рыночной трансформации, создали новую среду для этики бизнеса. Итак, изменения открыли ряд новых, интересных этических областей. Ниже приводим некоторые из них.

Отменение бюрократических ограничений минувшего периода вызвало быстрое развитие частных магазинов и ремесленных мастерских, появились многочисленные общества с ограниченной ответственностью, совместные предприятия и т. п. Магазины начали заполняться товарами, как в самых богатых европейских столицах. Благодаря этому степень продажности работников торговли значительно уменьшилась. Исчезла проблема взятки за предоставление возможности покупки в магазине. Однако появилось явление вручения взятки за то, чтобы представитель данной фирмы сделал покупку в том, а не в другом магазине. Другим явлением, известным у нас до сих пор только по гангстерским фильмам, является вымогательство. Хорошее снабжение магазинов изменило также поведение продавцов. Бывшие пустые магазины с нелюбезным, невежливым обслуживанием были заменены магазинами полными товаров с любезными вежливыми продавцами. Кроме этих этических выгод описанные изменения делают также возможным неэтичное поведение как убеждение себя и других в том, что человек вынужден красть только потому, что некоторые абсолютно необходимые блага недоступны легальным путем.

Другим явлением этики бизнеса после 1989 года является влияние конкуренции на рационализацию занятости. В новых условиях рыночной экономики как частные, так и государственные, конкурирующие с собой предприятия, не могут позволить себе принять на работу лишних работников. Появление конкуренции вызвало то, что в течение нескольких лет Польша, будучи страной, в которой постоянно не хватало рабочих рук, превратилась в страну, в которой количество безработных составляет около 14%, а в некоторых районах даже 30%. Эти изменения вызвали огромное влияние на этику хозяйствования. Изменилось поведение работников, менеджеров и владельцев.

Для работников работа стала настоящей стоимостью. Кончился период, в котором власть обеспечивает полную занятость; период, в котором уверенность в том, что работа есть, отсутствие необходимых реляций между количеством и качеством выполненной работы и заработной платой имели самое плохое влияние на т. н. культуру труда, которая не является ничем другим, как соблюдением основных этических норм. Новое положение на рынке труда повышало дисциплину труда, готовность работников подчиняться всем требованиям поставленным работой, а также их производительность и мораль. Исчезла "общественная поддержка" для неэтичных действий, опирающихся на предпосылки: "Я не хочу, потому что знаю, что не следует, но должен" (например, для кражи инструментов или изделий работником; кражей, обоснованной в прошлом тем, что их нельзя было купить).

Обсуждаемые изменения занятости вызвали одновременно отрицательные последствия в области соблюдения общих правил и этических норм, главным образом владельцами и менеджерами. Они используют высокий уровень безработицы с целью излишнего эксплуатирования работников, требуя от них работы даже в течение более десяти часов в день. Они заставляют подчиненный себе персонал нарушать правила, пугая его тем, что в случае отказа персонал будет "выброшен за ворота". Это им удается довольно легко, потому что в частных предприятиях или нет профсоюзов, или они очень слабые. Тем самым положение сотрудника в отношении к менеджеру или к владельцу меняется к худшему. Последние укрепляют свою власть, все смелее применяют также неэтичные действия, такие как снижение жалованья, увеличение рабочего дня, при этом не изменяя других условий, несправедливое отношение к подчиненным, злоупотребление властью и т. п.

Повышения по службе работников, обусловленные в социалистическом строе степенью покорности и преданности элите политической власти, теперь обусловлены раболепным отношением к менеджерам или владельцам. Единственными предпосылками ограничения этой практики является конкурентность на рынке труда, главным образом, по отношению к специалистам, обмен которых, из-за высоких расходов на обучение, необоснован.

Специфическим явлением этики экономической жизни в новых, относящихся к общественному строю, условиях являются общественные забастовки. Некоторые из них вызывают много разногласий и дифференцированных этических оценок. Это, главным образом, относится к общественным реакциям на забастовки, вызванные работниками относительно хорошо оплачиваемыми, которые требуют для себя еще больше (например, последние забастовки городского транспорта в Познани). Много сомнений с этической стороны вызывают некоторые драматические формы забастовок, например, голодовка.

Конкуренция и неопределенная ситуация на рынке труда вызвали неизвестные в минувшем строе этические проблемы, связанные с деятельностью работника по совместительству в конкурентной фирме. Это относится к научным сотрудникам, которые получили степени и звания в государственной школе и поступают на работу в конкурентную частную школу, в которой используются не только знания, но также и программы, оборудование, аудитории из родного вуза. То же самое относится к врачам, офисам налоговых расчетов, лабораториям. Вышеупомянутые ситуации содействуют появлению и развитию структур, выступающих против этики.

Новым явлением из этики бизнеса, рожденным приватизацией, является безумная погоня за прибылью. Наряду с положительными последствиями в области количества, качества и доступности товаров это вызывает ряд новых неэтичных моментов, таких как получение банковских креди-

тов, которые и так никто не будет погашать, и использование для этой цели мнимой бездарности продажных сотрудников банка, использование правовых пробелов или обход налоговых правил для получения материальной выгоды и т. п. Появилось явление целевых банкротств и ликвидирование хорошо развивающихся фирм. На этих примерах видно, что у некоторых наших менеджеров и бизнесменов этика свободного рынка ассоциируется с освобождением от всех этических норм. Они готовы зарабатывать на мероприятиях, глубоко противоречащих закону. Типичным примером этого является появление, даже некоторое общественное разрешение для т.н. "серой сферы", в которой, без сомнения, выступают сильные структуры против этики. Упомянутое некоторое общественное разрешение связано с показываемой предпринимательностью, сопротивлением по отношению к необоснованной и чрезмерной интервенции государства, влиянием на безработицу и т. п. Конечно, такая этическая оценка этого явления, по-нашему мнению, по крайней мере, дискуссионна.

Интересный предмет этических выяснений появился также в области проникновения политики и бизнеса. Достаточно просмотреть годовые комплекты газет за 1990 год, чтобы убедиться, как много афер появилось на стыке этих двух областей. Поэтому этика экономической деятельности и этика политической деятельности вызывают в настоящее время много эмоций. Особенно дискуссионным кажется здесь популяризирование некоторыми политиками и менеджерами понятия этики успеха, для которого слово этика трактуется как "фиговый листок". На концепции этики успеха основаны формулировки "этика проституции", "этика загрязнения среды" или "воровская этика". Авторы сомневаются, однако, не является ли, например, понятие "этичный вор" само по себе парадоксом.

Наконец, говоря о этике бизнеса в период трансформации нашей экономики, нельзя обойти вниманием все более атакующих, крикливых, цветных, а также цепких знаков этих перемен, какими являются разнообразные формы промоции и рекламы.

Организации делают себе имидж при помощи своего продукта и услуг, цены, качества, престижа и т. д., важное место занимают также элементы "этичной природы", которые особенно влияют на создание доверия; это солидность и надежность, которые проявляются в выполнении обязательств и обещаний.

В случае промоционных действий реклама должна быть солидной, добросовестной и правдивой. Этические проблемы, связанные с рекламой, вытекают из того, что ее эффективность связана с манипуляцией инстинктами и эмоциями получателя, который не должен отдавать себе отчета в том, что ему предлагается только символ его желания, а не его исполнение.

Определение "нечестной рекламы" появляется обычно в случае использования ее в борьбе с конкуренцией, а также в атаке самых слабых единиц. Наши дети становятся часто "жертвами" рекламы потому, что ими легче всего манипулировать, предлагая им рекламу красивых, но недоступных игрушек, что негативно влияет на их психический комфорт.

3. Решение этических конфликтов во внутреннем масштабе предприятия

Основными моральными достоинствами в этике бизнеса является искренность, добросовестность, свобода, собственность. Эти достоинства в бизнесе, как способ получения денег, трудно совместить. Часто доходит до разногласия, противоречий интересов между этическими достоинствами и рентабельностью действий в экономике. Итак, этические достоинства и экономическое поведение являются источником этических конфликтов менеджеров, лиц, принимающих решения, и работников, которые в экономической деятельности должны многократно отвечать себе на вопрос; что важнее, этика или бизнес?

Отсюда также совмещение этических отношений работников с интересом предприятия может встречать на своем пути трудности. Неоднократно случается, что фирма определяет работникам задачи, реализация которых может противоречить их личным этическим критериям. Эти ситуации и возникающие на этом фоне конфликты тем сильнее, чем более работник ценит в себе этические критерии и чем менее оппортунистическое отношение к профессиональному труду он проявляет. Из сложившейся конфликтной ситуации у работника практически есть три выхода: убедить

начальника в собственной системе ценностей, или же моральную ответственность за выполнение задачи оставить начальнику, или же отказаться от дальнейшего выполнения своих профессиональных обязанностей. Наиболее популярные и выгодные утверждения это те, что “этичную ответственность несет только начальник работника, а сам он обязан выполнить поручение”. Однако определение этично допустимой границы является всегда предметом индивидуального решения работника, в котором ему помогают этические кодексы или же профессиональные кодексы фирмы.

Поэтому способы решения этических конфликтов в предприятии не должны ограничиваться только многократным увеличением негативных санкций, наказаний за неэтичное поведение. Решение таких конфликтов должно происходить путем ведения собственной политики управления этическими конфликтами, разъяснение работникам норм и поведений, получивших акцептацию руководства.

В этом существенна роль менеджера. Итак, задача менеджера состоит в создании таких структур внутри фирмы и таких систем стимулов, которые бы благоразумным образом совмещали интересы работников и клиентов, интересы соучастников рынка и пайщиков, а также установление таких задач для работника, которые учитывали бы признаваемые им нормы и этические, а также материальные ценности. Итак, важной задачей менеджерской этики является творческое умение совмещения собственной системы этических ценностей с целями предприятия, так чтобы достичь благополучия фирмы, личного успеха и удовлетворения работников.

Опыт американской фирмы “Леви Страусс” — первого производителя джинсов, которая в 1987 году ввела “каталог ценности фирмы”, указывает, что мораль работников в концерне является одним из важнейших факторов, имеющих влияние на финансовые результаты. Кроме этого, в концерне “Леви Страусс” соблюдаются этические нормы работников, что успешно предохраняет появление этических конфликтов, руководствуясь убеждением, что в своих отношениях с работодателем люди нуждаются в тех же самых основных ценностях, благодаря которым хорошо складываются между людьми отношения другого типа. “Если предприятие создаст своим людям условия идентифицирования с ним, то есть будет соблюдать их ценности, чувство справедливости, этические нормы и гарантировать соответствующее признание — тогда они помогут достичь успеха”, — утверждает председатель концерна Роберт Хаас.

Итак, мы видим, что этика в бизнесе — это применение таких форм действия, которые развиваются данной фирмой в смысле самодисциплины и получают обязывающую силу. Имеет тем самым свое внутреннее и внешнее измерение.

Основным условием этического отношения предприятия к окружению (клиентам, конкурентам, кооператорам, поставщикам) — внешнее измерение этики бизнеса — является развитие деятельности, согласной с принципами экономической свободы и равенства. Задачей каждой фирмы здесь является служение клиентам; удовлетворение наилучшим образом их потребностей; стремление к чистой конкуренции с другими фирмами; служение финансистам; обеспечение им дивидендов; поддержание технического, организационного прогресса; служение обществу.

Во внутренней сфере фирмы этика бизнеса направлена на соблюдение интересов работников, например: забота об обеспечении рабочих мест; соответственное регулирование их доходов; способствование гуманизму труда и общественных отношений в фирме.

Перед этикой бизнеса поставлены особенно важные задачи формирования нового вида мировой экономической жизни. Реализация этой цели не может проходить без промоции этой этики в широкой среде теоретиков и практиков.

4. Резюме

Из-за необходимости довольно поверхностного подбора этических проблем, вызванных экономическими и политическими изменениями, ясно вытекает, что эти изменения не поддаются однозначной оценке. Бесспорно они принесли много положительных результатов, одновременно вызвали много проблем, раньше не существовавших.

Когда в 1989 году начался процесс демонтажа реального социализма и связанной с ним экономики, опирающейся на поступающие сверху директивы, многие люди верили, что будут снесены связанные с ними структуры, выступающие против этики, благодаря чему как в политику, так и в экономику бесповоротно войдет мораль. Но этого не произошло. Правда, благодаря изменению принципов политической и экономической жизни, много структур и неэтичных явлений исчезло, однако появились новые, не менее грозные. Некоторые неэтичные действия остались в неизменной форме, зато изменились вызывающие и закрепляющие их факторы.