

ПРОБЛЕМИ ПСИХОЛОГІЇ МОРАЛЬНОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕСІ

Наукові праці МАУП, 2007, вип. 2(16), с. 210–213

Висвітлено актуальність дослідження проблем психології моральності в сучасному українському суспільстві, зокрема у бізнесі. Розглянуто макро-, мезо- та мікрорівні дослідження соціально-психологічних детермінант дотримання етичних стандартів суб'єктами підприємницької діяльності. Визначено глибину впливу психологічних чинників на здійснення морального вибору майбутніми підприємцями. Пропонуються шляхи управління розвитком їхньої моральної свідомості.

Радикальні соціально-економічні зміни в українському суспільстві спричинили підвищення інтересу до дослідження проблем психології моральності, яка вивчає взаємовплив соціально-економічних і морально-психологічних чинників у різних умовах. Однією з таких є проблема дотримання етичних норм представниками бізнесу — одна з провідних серед психологів, соціологів та економістів усього світу. Особливої актуальності вона набула в період масової глобалізації та інтеграції, що сприяють розширенню крос-культурних контактів. Для вітчизняного бізнесу формування нових етичних стандартів є необхідною умовою розвитку підприємництва у різних сферах діяльності та подальшої інтеграції України у світовий економічний простір.

Виходячи з актуальності цієї проблеми об'єктом дослідження було обрано вплив соціально-економічних чинників на процес формування етичних стандартів у сучасному українському бізнесі.

Предметом дослідження були особливості виявлення моральної свідомості суб'єктами підприємницької діяльності та її розвитку у студентів як майбутніх підприємців.

Головна мета дослідження полягала в аналізі міри розробленості проблем психології моральності, пов'язаних з підприємництвом і бізнесом, у виявленні соціально-економічних передумов формування етичних стандартів в українському бізнесі, обґрунтуванні необхідності формування

етичної культури в його представників, розробці рекомендацій щодо розвитку моральної свідомості в майбутніх суб'єктів підприємницької діяльності.

Відповідно до мети були сформульовані такі завдання дослідження:

1. Проаналізувати соціально-економічні передумови формування етичних стандартів в українському бізнесі.
2. Дослідити психологічні особливості здійснення моральних учинків суб'єктами підприємницької діяльності.
3. Визначити глибину впливу психологічних чинників на здійснення морального вибору майбутніми суб'єктами підприємницької діяльності.
4. Розробити методичні рекомендації щодо поліпшення морального статусу майбутніх суб'єктів підприємницької діяльності.

У дослідженні застосовувалися такі методи, як теоретичний аналіз наукової літератури, бесіда з професіоналами бізнесу, анкетування підприємців і студентів, статистична обробка отриманих результатів.

Теоретичний аналіз проблеми показав, що перші емпіричні дослідження в галузі етики бізнесу з'явилися у країнах Заходу ще в 60-ті роки ХХ ст. [6]. До 80-х років діяльність у сфері ділової етики набула таких масштабів, що її вже можна було називати рухом, результатами якого стало прийняття етичних кодексів, уведення у школах

бізнесу навчальних програм із дотримання етичних норм і заснування комітетів з питань етики у великих компаніях.

На початку 90-х років цією проблемою серйозно зацікавилися уряди західних країн. У 1991 р. конгрес США видав федеральне положення про покарання, один з розділів якого надавав компаніям можливість скоротити штрафи, що були покладені на них, якщо вони зможуть довести, що вжили заходів для здійснення ефективної програми виявлення і попередження порушення закону. Наслідком цього стало введення до штату компаній уповноважених з корпоративної етики, основною функцією яких є нагляд за здійсненням в корпораціях програм з етики [3].

Але на відміну від України більшість західного суспільства не зазнавала ніяких суттєвих змін упродовж багатьох років. Відповідно моральні цінності не зазнавали значних змін завдяки відносно стабільним соціально-економічним умовам. Етичні стандарти в такому суспільстві є стійкими та прийнятними для його членів. Згідно з кроскультурними дослідженнями, західні підприємці усвідомлюють контроль з боку держави, спільноти, а також жорстоку конкуренцію. Ці чинники і є підставою для дотримання стандартів, зокрема етичних.

Фахівці в галузі етики бізнесу виокремлюють декілька рівнів дослідження соціально-психологічних детермінант дотримання етичних норм суб'єктами підприємницької діяльності [2].

Макрорівень. На цьому рівні увага концентрується на моральному оцінюванні існуючих економічних систем і можливих їх альтернатив та модифікацій. Це рівень взаємовідносин бізнесу і суспільства в цілому, моральної регуляції відносин власності, трудових відносин, ставлення до грошей, експлуатації, конкуренції, тобто відносин, поширених у певному суспільстві. З отриманням незалежності українська економіка зазнала значних змін, завдяки яким склалася низка соціально-

економічних передумов, що засвідчують завершення становлення основ ринкової економіки:

- створено критичну масу незалежних суб'єктів приватної власності — підприємств як базису ринкової економіки;
- розбудовано основні ринкові інституції;
- сформовано основу нормативно-правового регулювання економічних процесів;
- досягнуто основ макроекономічної стабільності, сталого економічного зростання; відбуваються позитивні зрушення в соціальній сфері;
- національна економіка має високий ступінь відкритості.

Мезорівень. На цьому рівні вивчається бізнес усередині економічної системи, досліджуються суб'єкти економічної активності (переважно фірми) та їх взаємовідносини з усіма групами зацікавлених осіб, у тому числі стосунки всередині організації. Проведене нами дослідження рівня розвитку моральної свідомості керівників і працівників українських підприємств енергетичної та харчової промисловості, сфери торгівлі виявило необхідність розробки проблем психології моральності у нашій країні, зокрема, формування етичної культури представників бізнесу. У таблиці наведено результати здійсненого нами аналізу рівня етичності поведінки працівників організацій різного профілю діяльності за методикою [5, 151]. Зазначимо, що організація № 3 — це державне підприємство, всі інші — комерційні організації.

Мікрорівень. Цей рівень передбачає оцінювання морального статусу індивідів та їхніх дій в економічних і комерційних справах. До цього рівня вивчення належать, зокрема, дослідження моральної регуляції прийняття економічних рішень і процесів ведення переговорів. Зокрема, нами було здійснено спробу оцінити моральний статус студентів спеціальності “Економіка підприємства” як майбутніх підприємців. Для визначення рівня розвитку моральної свідомості студентів

Розподіл рівня етичності поведінки працівників державних і комерційних організацій

№	Профіль діяльності організації	Прийнятний етичний рівень, %	Середній етичний рівень, %	Потрібне моральне вдосконалення, %
1	Рекрутингові послуги	–	70	30
2	Виробництво молочних продуктів	–	60	40
3	Впровадження енергозберігаючих технологій	25	75	–
4	Розробка програм і техніки для неруйнуючого контролю	–	50	50
5	Торгівля комп'ютерною технікою	–	60	40

нами була адаптована формальна математична модель функціонування совісті та ставлення людини до голосу власної совісті В. Лефевра [4]. Усім респондентам було запропоновано відповісти на запитання “Чи вважаєте Ви доброю справою підказати на кваліфікаційному або конкурсному екзамені правильну відповідь людині, яка не в змозі впоратися із завданням?”, використовуючи відповіді: а) “ТАК”; б) “ТАК” або “НІ” залежно від ситуації; в) “НІ”. Студенти також мали вибрати психологічні чинники, що вплинули на їхній моральний вибір, з наведеного переліку.

Аналіз отриманих нами відповідей студентів показав такий розподіл впливу соціально-психологічних чинників на здійснення ними морально-го вчинку:

- світ, в якому перебуває студент (навколишнє оточення) — 34,6 %;
- оцінка студентом цього світу (що говорить йому його совість про стан оточення) — 33,3 %;
- оцінювання цієї оцінки (готовність прислухатися до своєї совісті) — 1,3 %;
- прийняття студентом рішення, що є тотожним здійсненню ним вчинку (в цьому випадку здійснене оцінюється як добро) — 30,8 %.

Отже, на здійснення морального вибору студентами найменший вплив справляє такий показник розвитку моральної свідомості, як *совість*.

Експериментально нами було доведено, що розвитком моральної свідомості майбутніх суб'єктів підприємницької діяльності можна управляти у процесі вивчення ними дисципліни “Етика бізнесу”, головна мета якої — підготовка студентів до реалізації сукупності моральних норм, правил та уявлень, які регулюють ставлення, поведінку і взаємні стосунки людей у процесі підприємницької діяльності [1; 7].

Навчальна програма дисципліни “Етика бізнесу” для студентів економічних спеціальностей містить чотири основні розділи, кожний з яких складається з двох тем.

До розділу “Філософія моралі і бізнес” входять теми “Основні принципи етики бізнесу” і “Предмет і специфіка етики бізнесу”. В темі “Основні принципи етики бізнесу” розкриваються природа і сутність етики, особливості формування етичної поведінки, співвідношення універсальної та професійної етики. Тема “Предмет і специфіка етики бізнесу” розглядає становлення етики бізнесу як наукової дисципліни, аналізує структуру етики бізнесу, ознайомлює з основними концепціями в етиці бізнесу.

До розділу “Організація та її працівники” увійшли теми “Корпоративна культура та корпоративна етика” і “Ставлення організації до працівників та працівників до організації”. Тема “Корпоративна культура та корпоративна етика” передбачає ознайомлення з типологією корпоративних культур, з причинами, що ускладнюють здійснення правильних вчинків на робочому місці, із засобами підвищення етичного рівня організації. У темі “Ставлення організації до працівників та працівників до організації” розглядаються такі питання, як приймання на роботу і звільнення з роботи, заробітна плата та умови праці, приватне життя і життя організації, обов'язки працівників організації, секретність та шпіонаж, чесність і звіти про видатки.

Розділ “Бізнес і суспільство” містить теми “Взаємовідносини організації з іншими економічними агентами” і “Взаємовідносини організації з неприбутковими інституціями”. У темі “Взаємовідносини організації з іншими економічними агентами” аналізуються особливості відносин зі споживачами: конкурентами і постачальниками, аналізуються проблеми сучасної української ділової етики. Тема “Взаємовідносини організації з неприбутковими інституціями” знайомить студентів з корпоративною соціальною відповідальністю організації, особливостями її відносин з неприбутковими інституціями, необхідністю збереження навколишнього середовища.

До розділу “Етика міжнародного бізнесу” входять теми “Етичні проблеми у міжнародній економіці” та “Прийняття рішень та узгодження національних цінностей у процесі переговорів”. У темі “Етичні проблеми у міжнародній економіці” розглядаються етичні зобов'язання на відстані від національних кордонів, регулювання суспільством міжнародної економічної діяльності, моральні засади діяльності мультинаціональних корпорацій. Тема “Прийняття рішень та узгодження національних цінностей у процесі переговорів” знайомить студентів з основними завданнями глобальної етики, особливостями прийняття рішень у міжнародному співробітництві, принципами узгодження національних цінностей, професійно-важливими якостями суб'єктів міжнародної економічної діяльності. Теоретичний аналіз студентами цих питань дає змогу підготувати їх до прийняття етичних економічних рішень в ситуаціях, коли зустрічні моральні зобов'язання торкаються зіткнення культурних цінностей.

На практичних заняттях з дисципліни моделюються та аналізуються конкретні моральні

дилеми, що пов'язані з етикою бізнесу, також студенти опановують навички прийняття етичних економічних рішень.

Зазначена організація навчання етиці бізнесу майбутніх підприємців показала її безсумнівні переваги перед традиційною. Найважливіші серед них такі: систематична і самостійна робота студентів упродовж семестру; індивідуалізація навчання; виникнення мотивації у навчанні; об'єктивність у виставленні оцінок; можливість ранжування успішності студентів з дисципліни; вивільнення часу викладачів і студентів під час екзаменаційної сесії через можливість отримати оцінку "автоматично".

Така організація навчання сприяла кращому розумінню студентами особливостей застосування основних концепцій етики бізнесу та усвідомленню відповідальності за здійснення ними у майбутній підприємницькій діяльності моральних вчинків, а також розвитку в них умінь аналізувати і розв'язувати етичні дилеми.

Проведене дослідження дає змогу сформулювати певні висновки.

1. Перші емпіричні дослідження в галузі етики бізнесу з'явилися у країнах Заходу ще в 60-ті роки ХХ ст. Моральні цінності західного суспільства тривалий час не зазнавали значних змін завдяки відносно стабільним соціально-економічним умовам. Чинниками, що слугують підставою для дотримання членами західного суспільства етичних стандартів, є контроль з боку держави, спільноти, а також жорстка конкуренція.

2. На сьогодні в Україні склалася низка соціально-економічних передумов, які свідчать про завершення переходу до ринкової економіки. Важливими завданнями психології моральності є в цих умовах розробка психологічного підґрунтя нових етичних стандартів підприємницької

діяльності та етичних кодексів організацій усіх форм власності.

3. Дослідження рівня розвитку моральної свідомості українських підприємців у різних галузях економіки виявило необхідність формування етичної культури як керівників, так і працівників усіх досліджених підприємств.

4. Розвитком моральної свідомості майбутніх суб'єктів підприємницької діяльності можна управляти у процесі вивчення ними дисципліни "Етика бізнесу", спрямованої на розвиток у студентів умінь аналізувати і розв'язувати етичні дилеми, на краще розуміння ними концепцій етики бізнесу, формування у них відповідального ставлення до здійснення моральних вчинків у майбутній професійній діяльності.



Література

1. Герет Т. М., Клоноскі Р. Дж. Етика бізнесу / Пер. з англ. О. Ватаманюк. — К.: Основи, 1999. — 214 с.
2. Джорж Р. Т. Деловая этика: В 2 т. / Пер. с англ. Р. И. Столпера. — СПб.: Экономическая школа; издат. группа "Прогресс", 2001.
3. Купрейченко А. Б. Проблемы нравственно-психологической регуляции экономической активности // Проблемы экономической психологии. — М.: Ин-т психологии РАН, 2005. — Т. 2. — С. 17–65.
4. Лефевр В. А. Формула человека: Контуры фундаментальной психологии: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1991. — 108 с.
5. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. — М.: Дело, 1995.
6. Baumhart R. C. How Ethical Are Businessmen? // Harvard Business Rev. — 1962. — V. 39, N 4. — P. 6–19.
7. Ethical theory and business / Ed. by T. L. Beauchamp, N. E. Bowie. — 4th ed. — New Jersey: Prentice-Hall, 1993. — P. 595–651.

Освещена актуальность исследования проблем психологии нравственности в современном украинском обществе, в частности в бизнесе. Рассмотрены макро-, мезо- и микроуровни исследования социально-психологических детерминант соблюдения этических стандартов субъектами предпринимательской деятельности. Определена глубина влияния психологических факторов на осуществление морального выбора будущими предпринимателями. Предлагаются пути управления развитием их морального сознания.

The urgency of research of problems of psychology of morality in modern Ukrainian society, in particular in business, is emphasized. The macro, mezo and micro levels of research the social-psychological determinants of holding the ethical standards by the subjects of entrepreneurial activity are shown. The depth of influence, of the psychological factors on realization of moral choice by the future businessmen is determined. The ways of control the development of their moral consciousness are proposed.

Надійшла 12 червня 2007 р.