



Тема 7

*Етична та соціальна
відповідальність
підприємництва*





План лекції

1. Сутність та розвиток етичної та соціальної відповідальності бізнесу.
2. Підприємництво та навколишнє середовище.
3. Підприємництво та споживачі.
4. Бізнес та персонал. Основні проблеми взаємодії.
5. Основні проблеми взаємодії бізнесу та інвесторів.

1. Сутність та розвиток етичної та соціальної відповідальності бізнесу.

- Підприємницька діяльність здійснюється у певному внутрішньому та зовнішньому середовищі.
- В процесі цієї діяльності підприємець має право вибору: “ Зробити певну справу так чи інакше?”
- Тобто кожен підприємець самостійно визначає для себе етичні норми, правила ведення справи, принципи побудови відносин з персоналом, партнерами, інвесторами, конкурентами тощо.

- 
- **Етика** – це принципи, що відрізняють правильну поведінку від неправильної.
 - **Етичні норми** – система загальних цінностей і правил етики, яких мають дотримуватись співробітники організації.
 - **Соціальна відповідальність** – дії організації щодо благополуччя суспільства на добровільних засадах, а не за вимогами закону.
 - **Юридична відповідальність** – дотримання конкретних законів і норм державного регулювання, які визначають, що може, а чого не може робити організація.



Перелік основних етичних цінностей сучасного світу викладено в роботі Майкла Джозефона (1988 р.) :

- **чесність (honesty);**
- **добросовісність (integrity);**
- **виконання обіцянок (promise-keeping);**
- **надійність (fidelity) ;**
- **відкритість (fairness);**
- **турбота про інших (caring for others);**
- **повага до інших (respect for others) ;**
- **суспільна відповідальність (responsible citizenship);**
- **прагнення до досконалості (pursuit for excellence);**
- **підзвітність (accountability) .**

- **Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)** -це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають.
- Соціальна відповідальність-це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності.
- **Соціальна відповідальність бізнесу** – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Етику підприємництва складають ставлення до вимог дольових учасників.
У своїй філософській основі етика спирається на чотири підходи

ОСНОВИ

Абсолютні норми

у суспільстві
спираються, як
правило, на
моральні
засади найбільш
поширеної релігії

Утилітаризм

означає етичний
принцип, що
полягає у
дотриманні
максимального
блага для
більшості людей

Дотримання прав людини

етичний принцип,
націлений на захист
честі та гідності
індивідуума. Останнім
часом трактується
розширено та охоплює
захист рослин, тварин,
землі, води, повітря.
Традиційні права люди-
ни – права на таємницю,
на відкрите
висловлювання власної
думки, свободу совісті і
тощо

Справедливість

принцип
прийняття
етичних рішень у
підприємстві,
який базується на
забезпеченні
рівних прав при
розподілі
відповідальності
та благ

Прийнято розглядати 3 взаємопов'язаних ієрархічних рівня етики підприємництва

Ієрархічні рівні етики підприємництва

1. Світовий рівень (гіпернорми)
(Всесвітній етичний кодекс "Принципи міжнародного бізнесу" (Декларація Ко)-1994 р.)

2. Макрорівень
(національна економіка або галузь)
(Національні принципи ведення справ, Система моральних принципів і правил господарювання)

3. Мікрорівень
(окремий суб'єкт підприємництва)
–(Корпоративні етичні кодекси)

Світовий рівень (гіпернорми)

- Ці норми базуються на загальнолюдських цінностях і зафіксовані в "Принципах міжнародного бізнесу"
- (Декларації Ко) - **всесвітньому етичному кодексі**, який був прийнятий в 1994 р.у Швейцарії представниками провідних компаній та консультантами бізнесу із США, Західної Європи та Японії.
- У преамбулі "Принципів бізнесу", зокрема, визначено, що закони та рушійні сили ринку є необхідним, але не достатнім керівництвом до дії. **Фундаментальними принципами** є: відповідальність за проведену політику і дії в сфері бізнесу, повага людської гідності та інтересів тих, хто бере участь у бізнесі. Визнання цих цінностей, включаючи зобов'язання щодо сприяння загальному процвітання, так само важливі для світового співтовариства, як і для общин меншого масштабу .



В якості *головних принципів міжнародного бізнесу* виділені наступні:

- відповідальність бізнесу: від блага акціонерів до блага його ключових партнерів;
- економічний і соціальний вплив бізнесу на розвиток прогресивних процесів у світовому співтоваристві;
- етика бізнесу: від літери закону до духу довіри;
- повага правових норм;
- підтримка багатосторонніх торгових відносин;
- турбота про навколишнє середовище;
- відмова від протизаконних дій.

Етичні пріоритети підприємця

- впевненість у корисності своєї справи не лише для себе, а й для суспільства;
- визнання необхідності конкуренції та одночасне прагнення до співпраці;
- повага до особистості;
- повага до будь-якої власності, державної влади, соціального устрою, законодавства;
- довіра до інших, повага до професійної майстерності людей;
- визнання цінності освіти, науки, культури;
- прагнення до нововведень;
- гуманізм;
- допомога мало захищеним людям;
- підвищення рівня релігійних, етичних, культурних цінностей у суспільстві.

2. Підприємництво та навколишнє середовище

Відповідальність підприємця перед суспільством багато в чому полягає у збереженні навколишнього середовища (повітря, води, землі).

**ПРИЧ
ИНИ
ЗАБР**

**Згорання
природного
палива**

**Взаємодія деяких
газів із повітрям**

**Пошкодження
озонового шару**

Смог

Кислотні
дощі

Парниковий
ефект

Озонові
“діри”

Н
А
С

ЗАБРУДНЕННЯ ВОДИ

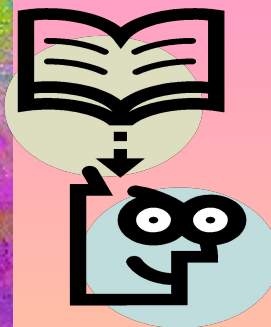
Причини

Викиди
шкідливих
відходів
виробництва
та сільського
господарства

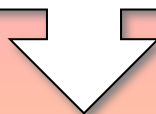
Комунальні
відходи
(каналізаційні
викиди)

Наслідки

Забруднення
токсичними
речовинами,
кисневе
збіднення
води,
бактеріальне
забруднення



ЗАБРУДНЕННЯ ЗЕМЛІ



Причини

Захоро-
нення
відходів
вироб-
ництва

Комуна-
льні сміттє-
звалища

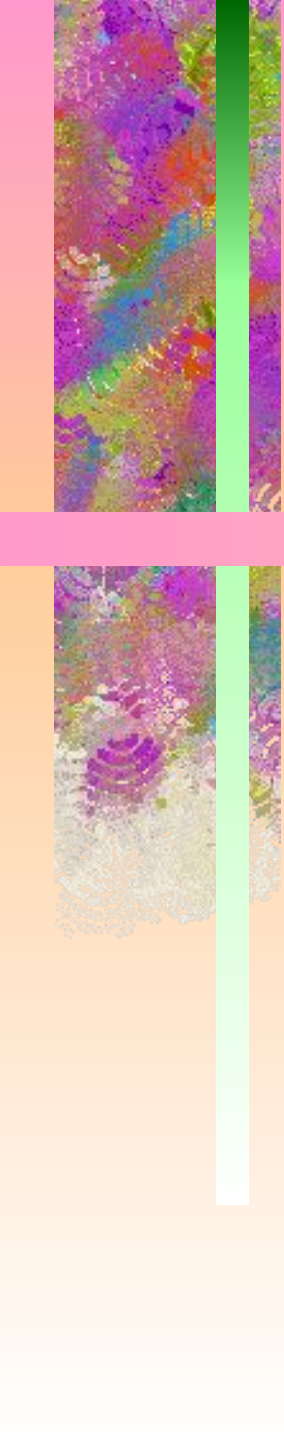
Наслідки

Довготривалий
вивід землі з
обороту,
подальше
розповсюдженн
я забруднення,
надзвичайно
високі витрати
на переробку



У середині 60-х років ХХ сторіччя виник громадський рух щодо вирішення проблем забруднення навколишнього середовища, а пізніше й наука “екологія”.

- Сучасна екологія — складна багатогранна дисципліна, основою якої є біогеографічні знання, але яка поєднує сьогодні всі природничі, **точні** Сучасна екологія — складна багатогранна дисципліна, основою якої є біогеографічні знання, але яка поєднує сьогодні всі природничі, точні, **гуманітарні** Сучасна екологія — складна багатогранна дисципліна, основою якої є біогеографічні знання, але яка поєднує сьогодні всі природничі, точні, гуманітарні і **соціально-гуманітарні**



3. Підприємництво та споживачі

- 
- **Споживач** - фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника

- 
- Споживач виконує роль індикатора підприємницького процесу. Так як все що складає предмет діяльності підприємця має право на реалізацію тільки у випадку позитивної експертної оцінки споживача.
 - Така оцінка дається споживачем, як готовність купити той чи інший товар. Іншими словами якщо ви виробляєте якісний товар і якщо споживач готовий його купити, або вже купує, то це означає, що ваш товар одержав позитивну експертну оцінку споживача.
 - Підприємець, при планування і організації своєї діяльності ні в якому разі не може ігнорувати настрій, бажання, інтереси, оцінки споживача.

- 
- **Споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізується на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на:**

- захист своїх прав державою;
- належну якість продукції та обслуговування;
- безпеку продукції;
- необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);
- відшкодування шкоди (збитків), завданих дефектною чи фальсифікованою продукцією або продукцією неналежної якості, а також майнової та моральної (немайнової) шкоди, заподіяної небезпечною для життя і здоров'я людей продукцією у випадках, передбачених законодавством;
- звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав;
- об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів).

Історія руху

- Звичай та закони захищали права споживачів завжди. Ідея захисту прав споживачів поступово матеріалізувалась і знайшла своє втілення в утворенні різноманітних суспільних об'єднань, правових норм тощо.
- У середньовічному Львові за чистотою стічних ровів, аби уникнути непотрібних дискусій, узагалі стежив міський кат. Проте лише в середині ХХ століття усталилися переконувалася, що цивілізовані відносини між виробником і споживачем мають ґрунтуватися на чітких правових засадах (див. також: соціальна відповідальність бізнесу).
- У **1936** році з'явилася Національна асоціація споживачів США, в **1951** році - у Франції, в **1957** році - у Великобританії.
- Президент США Джон Кеннеді визнав рух за захист прав споживачів життєво важливим, поставив його поруч із профспілковим і «зеленим».

Підприсмоць несе відповідальність при порушенні прав споживачів за:

1 - випуск або реалізацію товару, виконання роботи, надання послуги, що не відповідає вимогам нормативних документів;

2 - реалізацію товару, виконання роботи, надання послуги, що підлягає обов'язковій сертифікації, але не має сертифіката відповідності;

3 - випуск, реалізацію товару, виконання роботи, надання послуги, що не відповідає вимогам нормативних документів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища;

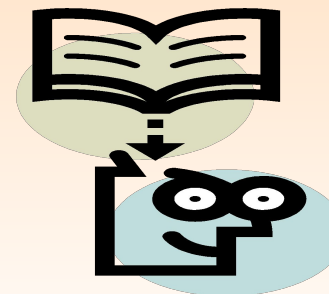
3 - реалізацію товару (виконання роботи, надання послуги), забороненого до випуску та реалізації відповідним державним органом;

5 - реалізацію небезпечного товару (отрути, отрутохімікату, вибухо- і вогненебезпечної речовини тощо) без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила та умови безпечного його використання;

6 - відсутність необхідної, доступної та достовірної інформації про товар, роботу, послугу;

7 - створення перешкод службовій особі державного органу у справах захисту прав споживачів у проведенні перевірки якості товарів, виконаних робіт, наданих послуг, а також правил торговельного та інших видів обслуговування;

8 - реалізацію товару, термін придатності якого минув.





4. Бізнес та персонал.

Основні проблеми взаємодії

Основні проблеми бізнесу та персоналу

Дискримінація
персоналу

Забезпечення
належних умов праці

Забезпечення
належної оплати праці

Дис
кри
мін
аці
я

Обмеження можливостей індивіда, що пов'язані з такими його особливостями, від яких не залежить здатність до діяльності

Соц
іал
ьні
мен

Категорії людей, які зазнають дискримінації та до яких негативно ставиться суспільство

та
ши
екон
ни
(в
ном
сам

Склад
соціальни

Етнічні
меншини

Люди з
фізичними
недоліками

Старі
люди

Жінки



Окрім етичних норм, дискримінації запобігає діюче законодавство.

Забезпечення належних умов праці впроваджується діючим законодавством та контролюється уповноваженими державними органами. Відповідним законодавством встановлюються нормативи з техніки безпеки праці та охорони здоров'я, що є обов'язковими для виконання підприємствами усіх форм власності.



Забезпечення належної оплати праці контролюється державою через відповідне законодавство як спеціального характеру (Закон “Про заробітну плату”), так і загального (Конституція, законодавство, кодекси і т. ін.).

- Ставлення до персоналу за минуле століття кардинально змінилося, що знайшло своє теоретичне осмислення в теорії "X" - "Y", розробленої Д. МакГрегором.

В рамках етичної доктрини "X", працівник розглядався як гвинтик, який можна при необхідності (якщо використання є економічно неефективним) замінити іншою людиною, середньостатистичний працівник віддає перевагу ситуації, щоб їм керували, намагається не брати на себе відповідальності, має відносно низькі амбіції, ледачий, бажає перебувати в безпечній ситуації. Його треба готувати до виконання суворо певної професійної ролі і по можливості мінімізувати соціальні конфлікти та інші негативні явища, що впливають на зниження продуктивності праці або підвищення витрат виробництва.

- 
- Згідно з другою етичною доктриною кадрової роботи - доктрини "Y" - людина трактувалася як працівник, якого треба всіляко мотивувати, створювати йому відповідні умови, щоб він міг ефективно працювати, залучати його до загальних цінностей організації і за рахунок цього досягати максимального економічного ефекту. Відповідальність та зобов'язання по відношенню до цілей підприємства залежать від винагороди, яка сплачується за результати праці. Найбільш важливою винагородою є задоволення потреб у самовираженні і самоактуалізації.

- 
- Сучасне ставлення до персоналу підприємства відображає **"Z"-концепція**. На відміну від поглядів, що панували раніше, дана концепція припускає управління і максимально ефективне використання людських ресурсів. Персонал визнається одним з найважливіших ресурсів підприємства, який має потребу в ефективному і багатоплановому управлінні, яке включає забезпечення соціального, професійного та структурного розвитку персоналу, дотримання етичних принципів взаємодії. Завдання підприємства - сприяти максимальному розвитку підприємницької активності всіх працівників, створюючи для цього сприятливі умови. В організаціях типу "Z" свідомо і планомірно застосовуються моральні механізми регуляції: проявляється інтерес до людини як до особистості, а не просто як до працівника, значна увага приділяється неформальним взаєминам.

5. Основні проблеми взаємодії бізнесу та інвесторів



Основна проблема взаємодії бізнесу та його власників (інвесторів) – шахрайство.

Форми

Маніпулювання інвестиціями

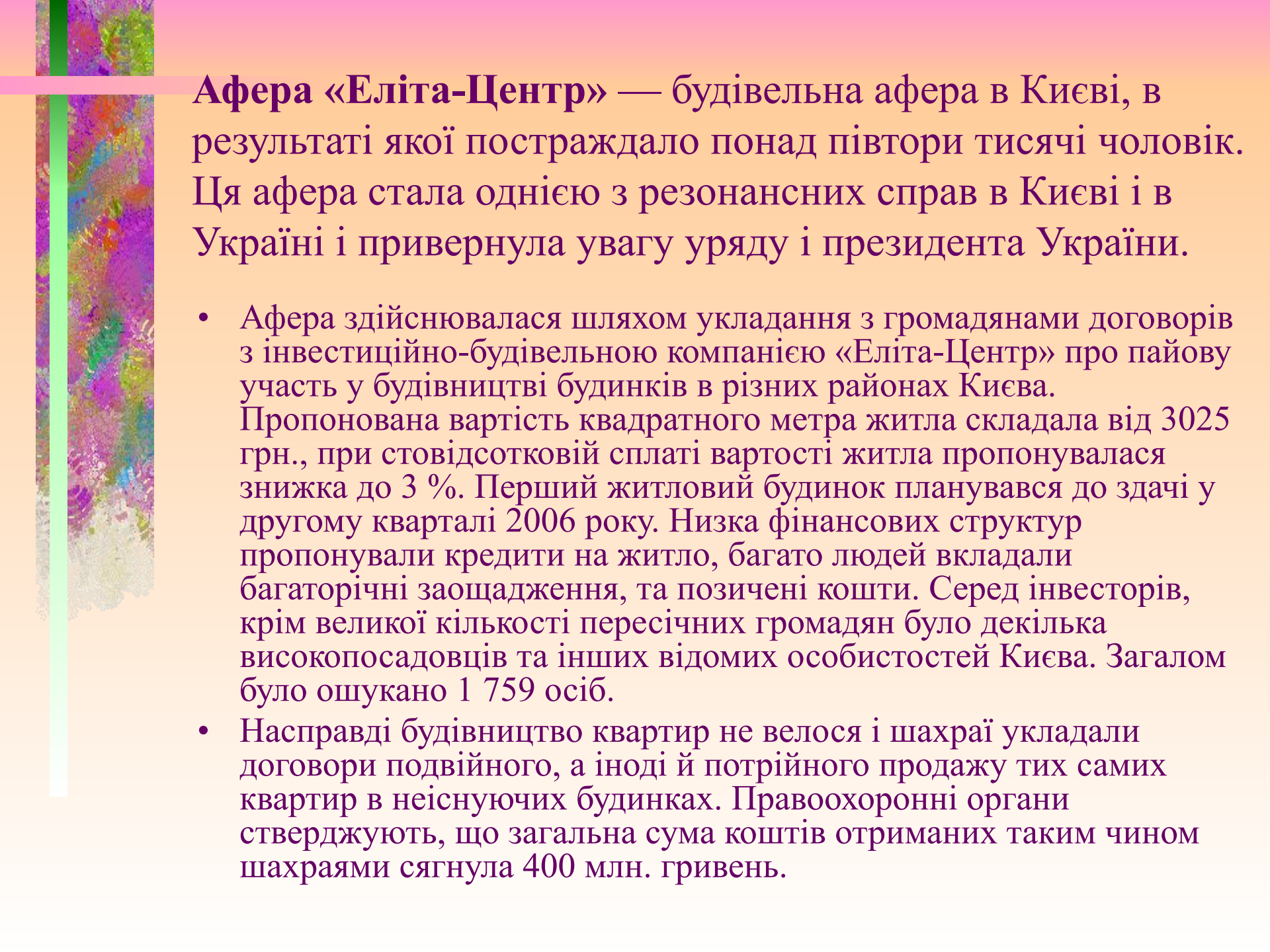
шахрайства

Використання доходів (або їх частини) в інтересах персоналу або менеджменту підприємства

Форми маніпулювання інвестиціями

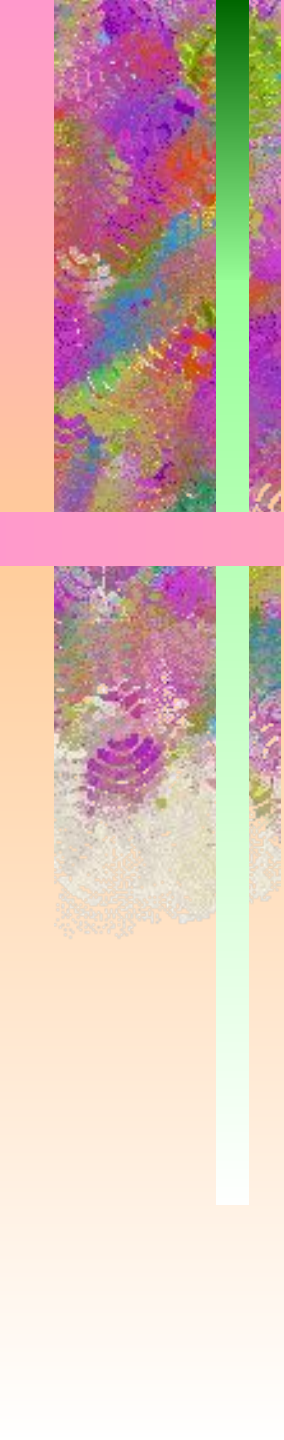
Прямий обман
(умови інвестування, що пропонуються нижче реальних)

Афера Понці
(фінансові “піраміди”)



Афера «Еліта-Центр» — будівельна афера в Києві, в результаті якої постраждало понад півтори тисячі чоловік. Ця афера стала однією з резонансних справ в Києві і в Україні і привернула увагу уряду і президента України.

- Афера здійснювалася шляхом укладання з громадянами договорів з інвестиційно-будівельною компанією «Еліта-Центр» про пайову участь у будівництві будинків в різних районах Києва. Пропонована вартість квадратного метра житла складала від 3025 грн., при стовідсотковій сплаті вартості житла пропонувалася знижка до 3 %. Перший житловий будинок планувався до здачі у другому кварталі 2006 року. Низка фінансових структур пропонували кредити на житло, багато людей вкладали багаторічні заощадження, та позичені кошти. Серед інвесторів, крім великої кількості пересічних громадян було декілька високопосадовців та інших відомих особистостей Києва. Загалом було ошукано 1 759 осіб.
- Насправді будівництво квартир не велося і шахраї укладали договори подвійного, а іноді й потрійного продажу тих самих квартир в неіснуючих будинках. Правоохоронні органи стверджують, що загальна сума коштів отриманих таким чином шахраями сягнула 400 млн. гривень.



Дякую за увагу!