

АНАЛІЗ ВИТОКІВ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕТИКИ БІЗНЕСУ

Демченко В.О., Ткаченко Н.О., Червоненко Н.М.

Запорізький державний медичний університет, м. Запоріжжя, Україна

victOriya@ukr.net

Бізнесова діяльність — це сфера професійної діяльності, дослідження моральних аспектів якої актуалізувалося на теренах України у зв'язку з переходом на ринкову економіку.

Довготривале життя на ринку і розвиток бізнес-компанії залежать не тільки від її прибутковості. Вони передбачають справедливе ставлення до найнятих робітників, гідну оплату і безпеку їх праці, високу якість продукції і послуг, збереження навколишнього середовища, правдивість реклами, дотримання всіх зобов'язань перед державою, партнерами, акціонерами, працівниками, участь у соціально-економічному розвитку регіонів, де розташована фірма, а також у добродійній діяльності, доступ громадськості і державних органів до всіх видів інформації щодо справи фірми. Як наслідок, сучасна бізнес-компанія стає соціально-економічною організацією, в якій етичні норми є найважливішим регулятором внутрішньофірмових і міжфірмових відносин, а також відносин у середині суспільства в цілому.

Тому, доцільним є аналіз витоків впровадження засад етики бізнесу суб'єктами ринку та вдосконалення цього досвіду для застосування у соціально-відповідальній поведінці фармацевтичних організацій.

Сам термін «етика» для визначення вчення про моральність було введено ще Аристотелем, згідно якого «етика допомагає пізнати, що треба робити і від чого слід утриматися». Багатовікові спроби встановити поведінкові рамки зачіпають не тільки загальнолюдські стосунки. Паралельно з загальною етикою розвивалася етика приватна, яка розглядала можливість застосування загальних моральних принципів к тому чи іншому роду діяльності (медицина, підприємництво тощо) з поправкою на його особливості. В тій чи іншій мірі етика присутня у всіх сферах людського життя. Бізнес-діяльність не виняток.

Більш того, де кожна з сторін, що стикаються прагне до власної вигоди, іноді поступаючись моральними принципами, розгляд етичної сторони вчинків є особливо необхідним.

За визначенням однієї з економічних енциклопедій «етика підприємництва ґрунтується на відкритості, чесності, вірності слову, повазі законів та вмінні вести бізнес».

Чинниками етичного бізнесу стали наявність морально–правових передумов його функціонування. Такими передумовами є сукупність правових і етичних принципів, норм та правил, які регулюють відносини економічних суб'єктів ринку з державою, зі споживачами, суспільством у цілому, а також міжособисті відносини в підприємстві та особиста етика керівника. До принципів і норм моралі бізнесу й моральності бізнесмена належать чесність, довіра, справедливість, партнерство у відносинах, добросовісне виконання обов'язків, відкритість, вірність слову, Золоте правило, принцип золотієї середини, здатність ефективно функціонувати на ринку відповідно до чинного законодавства та встановлених стандартів, правил і традицій, здорова конкуренція та винагорода, співміра кількості та якості праці.

У найбільш загальній формі етика бізнесу визначається як ділова етика, основними принципами якої є справедливість і ефективність. Міцні стосунки засновані на довірі між партнерами, на їх добропорядності: «Прибуток понад усе, але вище за прибуток – честь».

До ділової етики входять такі елементи: етика менеджменту; етика відносин із державою, діловими партнерами, споживачами, суспільством; етика міжособистісних стосунків, ділових переговорів; моральні засади й соціальна відповідальність бізнесу; особиста етика й ділова культура підприємця, етика самоутвердження; діловий етикет тощо. Дотримання етичних вимог бізнесу означає виконання підприємством обов'язків перед найманим працівником, партнерами, суспільством і державою, виключення зловживань із підприємницької діяльності, зокрема порушень умов конкуренції, використання методів корупції і хабарництва, засобів незаконного бізнесу тощо. Частково ці

вимоги узагальнені в критеріях “якість трудового життя” і “соціальна відповідальність”.

На світовий рівень обговорення питань етики бізнесу вийшло к початку 90-х років минулого століття. Міжнаціональними організаціями різного рівня впливу було вжито багато чисельні спроби узагальнення норм поведінки у бізнесі. В результаті з’являються ряд стратегічних для світової бізнес-політики документів.

Відомо, що відносини у сучасному бізнес світі, на жаль, все ще далекі від ідеалу. Однак, необхідність цивілізованого підходу у введенні справ бізнесу усвідомлена і перші кроки на цьому шляху зроблені, інше – питання часу.

Враховуючи те, що виробники лікарських засобів, оптові посередники, аптеки є суб’єктами господарської діяльності і являють собою комерційні заклади з різною організаційною структурою, формою звітності, необхідністю підтримувати контакти з чисельною кількістю постачальників, споживачів, контролювати різні аспекти руху таких специфічних товарів як лікарські засоби, лікувальна та профілактична косметика тощо, вони повинні застосовувати і вдосконалювати накоплений досвід, що буде робити їх соціально відповідальними суб’єктами фармацевтичного ринку.