

ВПЛИВ ДЕМОКРАТИЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ НА ЗМІНУ ЕТИЧНИХ НАСТАНОВЛЕНЬ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ

2005 р., М. О. Кононець

здобувач Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України

Важливою проблемою економічного розвитку України виступає створення такої структури економіки, яка б забезпечувала промислове зростання і відповідне примноження її національного багатства, а також зростання добробуту і якості життя людей [3]. Вирішення цієї проблеми не може не супроводжуватися моральним розвитком кожної окремої особистості [2; 7], кожного фахівця, зокрема фахівців у галузі менеджменту і бізнесу [1; 5; 6]. Отже, проблема підготовки майбутніх фахівців в галузі етики бізнесу, розвитку в них таких етичних настановлень, які сприятимуть становленню на демократичних засадах дійсно ефективної економіки України, є вельми актуальною.

Виходячи з необхідності розв'язання означеної проблеми в українському суспільстві, *мета* нашого дослідження полягала у виявленні характерних особливостей етичних настановлень студентів, які готуються до професійної діяльності в галузі менеджменту та бізнесу, дослідженні динаміки їхніх етичних настановлень в умовах демократичних перетворень, а також у розробці психологічної програми підвищення рівня моральної свідомості студентів як майбутніх фахівців.

Відповідно до поставленої мети були визначені основні завдання дослідження:

1. Дослідити особливості етичних настановлень студентів, що вивчають менеджмент та бізнес.
2. Проаналізувати динаміку етичних настановлень студентів економічних спеціальностей в умовах демократичних перетворень.
3. Розробити психологічну програму виховання в студентів таких етичних настановлень, які сприятимуть здійсненню демократичних перетворень в економіці України.

В процесі дослідження застосовувалися такі методи як спостереження, опитування (у формі анкети, бесіди), аналіз продуктів діяльності, контент-аналіз, а також систематизація, класифікація, узагальнення отриманих емпіричних даних.

Дослідження етичних настановлень майбутніх фахівців у галузі менеджменту і бізнесу, яких готують в українських університетах, було проведене серед студентів факультетів менеджменту та маркетингу Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут" та Міжнародного університету Фінансів (м.Київ). Для цього використовувався опитувальник, розроблений американськими вченими і використаний у роботах [4; 8]. Окрім того, опитувальник був запропонований

студентам, які отримують другу освіту з тих самих спеціальностей, працюючи у сфері малого та середнього бізнесу. Усього в опитуванні, яке проходило у березні-квітні 2005 року, взяли участь 100 респондентів.

Основна частина анкети являла собою опис 16 ситуацій, кожна з яких ілюструвала ту чи іншу етичну дилему (див. Додаток). Респондентів просили відмітити правильну з їх точки зору оцінку ситуації за семибальною шкалою, де оцінка «1» відповідає «абсолютно неприйнятному» етичному настановленню щодо тієї чи іншої наведеної в опитувальнику сумнівної з етичної точки зору ситуації, а «7» – «абсолютно прийнятному» етичному настановленню.

У таблиці наведені середні оцінки рівня етичної прийнятності ситуацій, вміщених в опитувальнику, окремо по кожній групі респондентів (студентів стаціонару – 50 осіб, студентів другої освіти – 50 осіб) і в цілому по вибірці (100 осіб). Як видно з таблиці, найкращий рівень моральної свідомості продемонстрували студенти другої освіти, які працюють за фахом (середня оцінка – 3,57). На другому місці за рівнем розвитку моральної свідомості опинилися студенти стаціонару (середня оцінка – 3,79). Найгіршою виявилася середня оцінка рівня моральної свідомості (4,03) у студентів другої освіти, які вивчають менеджмент та бізнес паралельно з опануванням професією інженера і не мають практичного досвіду в цій галузі.

Однак, порівняння середніх оцінок ситуацій, отриманих по вибірковій сукупності в нашому дослідженні, з результатами аналогічного дослідження, отриманими О.В.Винославською у 2000 р. [4], показало, що існують певні позитивні зрушення щодо етичних настановлень студентів, і вони значною мірою пов'язані з демократичним перетвореннями в Україні.

Участь студентів у Померанцьовій революції, їхня підтримка програми нового Уряду, орієнтованої на чесний бізнес, дали певні позитивні результати. Так, у 2000 р. студенти поставили оцінку «7» у 15% випадків, не зважаючи на моральні аспекти проблем. У 2005 р. серед студентів таких, що поставили оцінку «7», виявилось в середньому 8%.

Докладний порівняльний аналіз етичних настановлень студентів, що сталися за 5 років, показав на покращення рівня моральної свідомості у 9-ти ситуаціях. Найбільш позитивні зміни в етичних настановленнях студентів відбулися по ситуаціях «F» (13,9%), «L» (16,7%) та «O» (14,4%). Такий результат може бути пов'язаний з введенням до навчальних планів підготовки фахівців дисципліни «Етика бізнесу», з певними змінами у законодавстві щодо захисту інтелектуальної власності та прозорості у веденні бізнесу, а також занепокоєністю свідомої частини студентів наступом на український ринок іноземних компаній, зокрема американських, які виробляють сигарети всупереч висновкам і попередженням Міністерства охорони здоров'я.

Таблиця

Відповіді студентів на запитання опитувальника

Ситуація	Середня оцінка ситуацій				Середня оцінка по виборці
	2000	2005			
	Студенти стаціонару	Студенти стаціонару	Друга освіта (економічна)		
Менеджери			Інженери		
A	2.70	2.70	2.52	2.93	2.72
B	2.12	2.65	2.09	2.72	2.49
C	2.95	3.36	2.38	3.76	3.17
D	4.15	3.95	4.09	4.9	4.31
E	4.63	4.47	3.52	4.66	4.22
F	5.40	4.65	4.24	5.17	4.67
G	5.40	5.03	5.45	5.07	5.18
H	4.60	4.69	4.90	5.17	4.92
I	4.18	4.72	3.71	4.76	4.40
J	3.55	4.06	3.81	4.00	3.96
K	2.12	2.09	2.24	3.17	2.50
L	5.33	4.44	4.95	4.38	4.59
M	3.22	3.16	3.52	2.69	3.12
N	3.87	4.11	3.57	4.21	3.96
O	2.85	2.44	2.19	2.79	2.47
P	5.57	4.85	4.90	5.48	5.08
Середня оцінка по групі респондентів	3.92	3.79	3.57	4.03	3.80

На жаль, у 6-ти ситуаціях було відмічене погіршення рівня моральної свідомості студентів. Найбільшим виявилось погіршення результату ситуації "В" (25%), яке може бути пов'язане із неностатньою увагою попереднього Уряду до екологічних проблем, а у багатьох випадках навіть нехтування ними.

Як показало проведене дослідження, значною мірою сприяти вихованню в студентів таких етичних настановлень, які забезпечать здійснення демократичних перетворень в економіці України покликана *етика*

бізнесу – наукова дисципліна, що вивчає застосування етичних принципів у ділових ситуаціях. Головною *метою* дисципліни “Етика бізнесу” можна визначити як підготовку студентів до реалізації у професійній діяльності сукупності моральних норм, правил та уявлень, які регулюють ставлення, поведінку і взаємні стосунки людей в процесі ділових взаємовідносин. Основною *метою* практичних занять полягає у моделюванні конкретних моральних дилем, що пов’язані з етикою бізнесу, та опануванні студентами навичок прийняття етичних управлінських рішень.

Навчальна програма дисципліни “Етика бізнесу” включає чотири основні розділи, кожен з яких складається з двох тем.

У розділі “Філософія моралі і бізнес” включає теми “Основні принципи етики бізнесу” та “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” присвячується розгляду становлення етики бізнесу як наукової дисципліни, аналізу структури етики бізнесу, а також ознайомленню 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, причинами, що ускладнюють здійснення правильних вчинків на робочому місці, 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 й умови праці, приватне життя і життя організації, обов’язки працівників організації, секретність та шпіонаж, чесність та звіти про видатки.

Розділ “Бізнес і суспільство” включає 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” включені теми “Етичні проблеми у міжнародному бізнесі” та “Прийняття рішень та узгодження національних цінностей у процесі переговорів”. У темі “Етичні проблеми у міжнародному бізнесі” 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.

Висновки.

1. Дослідження особливостей етичних настановлень українських студентів, які вивчають менеджмент та бізнес, показало, що рівень розвитку їхньої моральної свідомості можна вважати середнім (середня оцінка – 3,8 бали за 7-бальною шкалою).

2. У процесі дослідження була виявлена тенденція до підвищення рівня моральної свідомості студентів за 5 років на 3,4%, а кількість “абсолютно прийнятних” оцінок сумнівних з етичного боку ситуацій зменшилася майже у 2 рази (з 15% до 8%).

3. Дослідження висвітлило найбільш важливі етичні проблеми, на аналіз яких необхідно звертати увагу при викладанні етики бізнесу студентам як майбутнім менеджерам.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Алексина Т. А.* Прикладная этика: Учебн. Пособие. – М.: Изд-во РУДН, 2004. – 210 с.
2. *Анцыферова Л.И.* Связь морального сознания с нравственным поведением человека (По м-лам исследований Лоуренса Колберга и его школы) // Психологический журнал. – 1999. – Том 20. – №3. – С.5-17.
3. *Верховна Рада України.* Комітет з питань економічної політики, управління народним господарством, власності та інвестицій: Законодавче забезпечення сучасної економічної політики в умовах конституційної реформи. – Збірник матеріалів до парламентських слухань / Губенко С.І., Дем'янін В.А. та ін. – К.: 2005. – 190 с.
4. *Винославська О.В.* Порівняльне дослідження етичних міркувань американських та українських студентів, що вивчають менеджмент та бізнес // Світова теорія та практика в українському бізнесі. – Збірка тез доповідей учасників II наукової конференції 25 квітня 2001 р. – Київ: НТУУ “КПІ”, 2001. – С.12-13.
5. *Герет Томас М., Клоноскі Ричард Дж.* Етика Бізнесу / Пер. з англ. О.Ватаманюк. – К.: Основи, 1999. – 214 с.
6. *Сингер У. Э.* Этика управления // Маркетинг. Пер. с англ. – М. Экономика, 1999. С. 137-141.
7. *Kohlberg L.* Philosophy of Moral Development. - New York: Harper and Row, 1981, pp. 409-412.
8. *Wood J. A., Longenecker J. G., McKinney J. A., Moore C. W.* Ethical Attitudes of Students and Business Professionals: A Study of Moral Reasoning. – Journal of Business Ethics 7 (1988), pp. 249-257.

Додаток

Перелік ситуацій, наведених у анкеті [8]

A	Відповідальний працівник, що заробляє 50 тисяч доларів на рік, штучно роздував рахунок своїх витрат приблизно на півтори тисячі доларів щорічно з метою привласнення цих грошей.
B	Для того, щоб збільшити прибутки фірми, провідний менеджер застосував виробничий процес, що не відповідає нормам екологічного забруднення.

	прийнятим в екологічному законодавстві.
	Під тиском своєї брокерської контори біржовий маклер порекомендував клієнтові угоду, яку він не вважав вигідною.
	Мале підприємство отримало четверту частину свого валового прибутку готівкою. Власник повідомив у податковій декларації лише про половину цього прибутку.
	Фірма сплатила 350 тисяч доларів "за консультацію" державному службовцю сторонньої країни. У відповідь цей службовець обіцяв посприяти в одержанні контракту, який повинен принести фірмі 10 мільйонів доларів прибутку.
	Президент компанії виявив, що конкурент зробив важливе наукове відкриття, яке може призвести до зменшення прибутку його власної компанії. Тоді він найняв на роботу у свою компанію провідного працівника конкурента, щоб спробувати дізнатися про подробиці відкриття.
	Підрядник, що займається будівництвом шосе, усвідомлює, що на його ринку очікується зниження цін і жорстока конкуренція. В цій ситуації він досяг порозуміння з іншими крупними підрядниками, щоб втримати рівень цін і отримати більший прибуток.
	Президент фірми довідався, що дорогі подарунки на Різдво, відіслані агентам покупців можуть вплинути на їх позицію. Однак він вирішив продовжити таку політику, оскільки вона була загальноприйнятною і відмова від неї могла б закінчитися збитками в бізнесі.
	Директор корпорації довідався, що його компанія збирається розділити наявний у неї пакет акцій і підвищити дивіденди. Керуючись цією інформацією, він придбав додаткові акції і продав їх з вигодою після того, як компанія зробила відповідне оголошення.
	Керівник корпорації призначив на вакантну посаду віце-президента підрозділу свого доброго друга і водночас компетентного менеджера, відкинувши кандидатуру більш компетентного менеджера, з яким він не мав таких близьких стосунків.
	Інженер виявив, що в проекті виробу, що випускає його компанія, є дефект, внаслідок якого цей виріб може бути небезпечним. Його фірма відмовилася виправити дефект. Інженер вирішує не розголошувати цю інформацію, щоб уникнути претензій ззовні фірми.
	Інспектор при складанні фінансового звіту вирішив законним шляхом приховати деякі фінансові труднощі компанії, котрі в протилежному випадку стали б відомі громадськості.
	Роботодавець отримав заявки на вакантну посаду управляючого від двох однаково компетентних претендентів, але найняв на роботу чоловіка, оскільки подумав, що деякі службовці могли б образитися, коли б їх змусили працювати під керівництвом жінки.
	Виробляючи стратегію маркетингу для товару, виробник змінив його колір і заявив, що це «новий і вдосконалений» виріб, тоді як інші особливості виробу залишилися без змін.
	Виробник сигарет розпочав рекламну кампанію, яка суперечить висновкам органів охорони здоров'я про шкідливість паління.
	Власник малого підприємства одержав безкоштовну копію захищеної авторським правом комп'ютерної програми від товариша, замість того, щоб витратити 500 доларів на придбання цієї програми у місцевого продавця програмного забезпечення.

