

ПРОБЛЕМИ ГАЛУЗЕЙ ПРАВОВОЇ НАУКИ

В.В.Костицький, доктор юридичних наук,
професор, член – кореспондент АПрНУ

МОРАЛЬ І ПІДПРИЄМНИЦТВО: (СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ТА ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ)

Юридичний інститут «Інститут повітряного і космічного права» НАУ

У статті розглядаються соціально-політичні та правові проблеми взаємозв'язку моралі та підприємництва, проаналізовано міжнародні стандарти у цій сфері та відповідність їм певних норм законодавства України, виокремлено чинники, які гальмують виконання прийнятих нормативно-правових актів, спрямованих на етичні аспекти регуляції ринкових стосунків у суспільстві.

Сучасний етап розвитку українського суспільства характеризується істотними, якісними змінами в системі економічних відносин. Але цей етап пов'язаний не тільки з економічними перетвореннями, а й з кардинальними змінами у всій системі суспільних відносин. Перш за все змінюються економічні потреби та інтереси людей, мотиви їхньої економічної поведінки. Це суттєво впливає на зміст та форми економічної діяльності, а, зрештою, на весь спосіб життя людей. У цих умовах змінюється також духовно-моральна мотивація економічної поведінки особистості й суспільства в цілому.

Економічна життєдіяльність суспільства – це взаємодія його матеріально-духовних компонентів, змістом якої є задоволення різноманітних потреб, ефективний розвиток усіх форм власності. За Конституцією України, яка виходить з принципів цивілізаційної моралі, власність зобов'язує. Вона не повинна використовуватися на шкоду як людині, так і суспільству. Водночас економічна життєдіяльність являє собою особливий соціальний феномен, який містить безліч складових. Рано чи пізно зміни в економіці суспільства стають органічно вплетеними в суб'єктивне життя людини, відбиваються на її моральних цінностях, емоціях, переживаннях.

Однією з ланок, що об'єднує всю суспільну систему, є людина, котра водночас виступає як суб'єктом, так і об'єктом економічних інтересів, потреб та духовно-моральних цінностей, ідеалів, переконань і прагнень тощо. Моральні цінності істотно впливають на економічну поведінку й діяльність людини, формують всю систему її

індивідуально-суспільних відносин. Саме людина як найвища соціальна цінність акумулює в основних формах своєї життєдіяльності взаємозв'язок матеріального й духовного, відображаючи в цілісному вигляді життя як об'єктивну реальність, де виявляються внутрішньо взаємозалежні її економічні інтереси, моральні цінності, ідеали, її культура, релігійні вподобання та суб'єктивне розуміння сенсу життя. Економіка стає тією універсальною матеріально - духовною сферою, в якій особистість реалізує себе цілісно.

З іншого боку, разом із економічними трансформаціями в Україні маємо процес переоцінки духовних цінностей, формування принципово нових засад моралі. Все це ускладнює процес формування особистості в нових соціально-економічних умовах.

Перехідний етап розвитку суспільних і, передусім, соціально-економічних відносин в Україні також обумовлює посилену увагу до проблем етичної культури підприємців. Мораль є складовим елементом, що активно впливає на розвиток всієї системи суспільства. У цьому аспекті вона виступає важливим стимулом економічної діяльності людини, її мотивом та потребою. Проте, навіть з самою постановкою проблеми «мораль і підприємництво» не все так просто.

Спільне вживання слів «мораль» і «підприємництво» застосовується з прадавніх часів. Так, на доказ раціональності цього словосполучення вказував, зокрема, Арістотель - творець самого поняття «етика». Економіку Арістотель вважав мистецтвом ухвалення правильних рішень у господарстві, умінням

забезпечувати громадянам не тільки добробут, а й прекрасне життя. Вміння добувати багатство, за словами давньогрецького вченого, є корисним, проте вимагає наявності певних добродетей.

Натомість, з точки зору інших етичних вчень (Платона, І.Канта) поняття «мораль» і «підприємництво» принципово несумісні. Хоча б тому, що істинно етичний вчинок не повинен, за логікою цих вчень, переслідувати жодної особистої користі; в той час, як весь бізнес, навпаки, замішаний на максималізації особистої вигоди.

За практичного відношення людина орієнтується на користь, за морального - на свої уявлення про добро і зло. Носієм цієї суперечності є одна і та сама людина, і від неї, її загальної моральної культури залежить примирення в ній цих протилежностей. Безперечно, ефективна діяльність у сфері бізнесу передбачає майже постійне утилітарне ставлення людини до дійсності, за якого максимально актуалізуються знання, уявлення, емоції, ціннісні орієнтації, які обслуговують це ставлення, і де актуалізуються всі інші. Проте де актуалізація деяких сфер свідомості ще не означає цілковите витіснення з неї всіх, крім утилітарних, ціннісних установок.

Людина високої культури за будь-якої практично - утилітарної ситуації захищатиме моральні (віруюча — релігійні) та інші цінності. Тому мораль і бізнес є сумісними настільки, наскільки людина здатна узгодити їх ціннісні установки.

Незважаючи на те, що мораль більше відноситься до категорії філософських, чим економічних понять, спроби поєднати морально-етичні критерії й підприємницьку практику робляться постійно.

Так, міжнародний Інститут Ділової Етики / International Business Ethics Institute сформулював чотири принципи, яких повинні дотримуватися компанії, щоб закріпити свою репутацію. По-перше, це чесна робота з інвесторами й споживачами. По-друге, поліпшення ситуації усередині колективу - підвищення відповідальності й умотивованості співробітників, зниження відтоку кадрів, підвищення продуктивності та ін. По-третє, професійна робота над репутацією, оскільки погіршення репутації неминуче відбивається на результатах роботи компанії. По-четверте, грамотна робота з нормативними актами й фінансами - тільки суворе дотримання «духу» і «букви» закону уможливило створення довгострокового майбутнього для фірми.

Журнал Business Ethics Magazine протягом 16-

ти років публікує рейтинг найбільш етичних компаній США. Як критерії оцінки враховуються наступні фактори: стосунки з інвесторами, співробітниками (у тому числі жінками й меншостями - расовими, релігійними, етнічними та ін.), місцевими муніципалітетами й співтовариствами, постачальниками, споживачами й політика відносно охорони навколишнього середовища.

Правила складання даного рейтингу є універсальними, оскільки базуються на постулатах, сформульованих організацією «Круглий Стіл Світового Бізнесу» / Caugh Round Table (CRT). Цю структуру створили в 1986 році відомі бізнесмени зі США, Європи і Японії. «Круглий Стіл» створив звід правил на основі ідеології японських корпорацій (для позначення цієї ідеології прийнятий японський термін, який у буквальному перекладі означає «жити й працювати разом»). У правилах мається на увазі, що колегіальність у керівництві компаній необхідна для відновлення й досягнення гармонії у світі. Підкреслюється необхідність дружби, розуміння й співробітництва на основі загальної поваги до високих моральних цінностей і відповідальних дій окремих людей у відповідних сферах впливу (там, де вони живуть і працюють).

Поняття людської гідності припускає святість і цінність кожної особистості як мети, а не тільки засобу досягнення самої мети. Набагато важливіше розібратися в тому, що правильно, а не в тому - хто правий (тобто, не шукати правих і винних, а визначитись, що необхідно зробити).

Тож, принципи, які сформульовані організацією «Круглий Стіл Світового Бізнесу» / Caugh Round Table, такі:

Принцип 1. Компанії несуть зобов'язання не тільки перед власниками акцій, але й всіма тими, хто прямо або побічно бере участь у бізнесі. Цінність бізнесу для суспільства полягає в тому, що бізнес забезпечує матеріальний добробут і зайнятість населення, плюс надає якісні товари й послуги для споживачів за прийнятними цінами. Щоб посісти таке місце в суспільстві, підприємство повинне стежити за своїм «економічним здоров'ям» і життєздатністю. Але виживання компанії - не єдина мета. Підприємства покликані зіграти свою роль у поліпшенні життєвих умов своїх клієнтів, співробітників, партнерів, інвесторів, виділяючи їм частку того стану, що вони створили спільними зусиллями. Постачальники й конкуренти теж вправі розраховувати на те, щоб з ними будували стосунки в дусі чесності й справедливості. Як

свідомі члени суспільства, бізнесмени несуть частку відповідальності за те, як регіони, країни й увесь світ будуть виглядати в майбутньому.

Принцип 2. Компанії, створені в іноземних країнах для виробництва або торгівлі, повинні вносити свій внесок у соціальний прогрес цих країн, забезпечуючи ефективну виробничу діяльність і допомагаючи підвищувати добробут жителів цих країн. Бізнес повинен позитивно впливати на освіту, права людини й загальне оздоровлення тих країн, у яких він діє. Компанії повинні сприяти економічному й соціальному розвитку у світовому співтоваристві в цілому шляхом дбайливого й розумного використання ресурсів, вільної й чесної конкуренції й приділенню особливої уваги вдосконалюванню технології, методів виробництва.

Принцип 3. Визнаючи, що комерційна таємниця має право на існування, бізнесмен повинен розуміти, що щирість, доброзичливість, чесність, вміння дотримувати слова й відкритість не тільки сприяють зміцненню репутації й стабільності, але й привносять чіткість і ефективність у здійснення угод, особливо на міжнародному рівні.

Принцип 4. Щоб уникнути непорозумінь і для забезпечення більш вільної торгівлі, а також створення рівних можливостей для конкуренції, справедливого ставлення до всіх учасників бізнесу, бізнесмен повинен поважати закони. Крім того, він повинен усвідомлювати, що деякі дії, навіть якщо вони законні, можуть мати непередбачені наслідки.

Принцип 5. Компанії повинні підтримувати систему багатосторонньої торгівлі. Вони повинні об'єднати зусилля по забезпеченню прогресивної й законної лібералізації торгівлі, а також ослабленню місцевих обмежень, які невіправдано гальмують торгівлю в цілому, при цьому поважаючи політичні цілі кожної країни.

Принцип 6. Компанії повинні захищати й, по можливості, поліпшувати стан навколишнього середовища, сприяти її природному розвитку, запобігати недбайливому використанню природних ресурсів.

Принцип 7. Компанії не повинні брати участь у діях, що потурають хабарництву, відмиванню грошей або інших дій, пов'язаних з корупцією. Вони повинні боротися із цими проявами. Неприпустима торгівля зброєю або іншими матеріалами для здійснення терористичної діяльності, наркотиками, а також участь в інших видах організованої злочинності.

Щороку все більше й більше організацій намагаються, іноді по власній волі, а іноді - у результаті тиску ззовні, створити свої власні правила поведінки. Все це відбувається завдяки тиску, що роблять на підприємницькі структури різні недержавні громадські організації.

Втім, наявність переконливої етики підприємництва ще не є абсолютною передумовою досконалого законодавства у сфері бізнесу, високої моралі підприємців. Однак вона може відіграти істотну роль у формуванні цивілізованих гуманних норм у сфері підприємницької діяльності, утвердженні раціональних засад організації бізнесу, управління ним, розподілу й використання його результатів. В іншому разі вона приречена на експлуатацію демагогічних фраз, пустослівних розмірковувань, якими прикриваються жага багатств і гонитва за наживою, здирництво, економічна експлуатація, знищення природи, привласнення національних багатств обмеженою кількістю осіб, нехтування соціально-економічними та іншими правами людини, аморальна поведінка виробника і продавця товарів і послуг.

Формування високої підприємницької моралі передбачає підпорядкування індивідуальних дій загальнолюдському стандарту відносин у сфері бізнесу, використання національних традицій ділової взаємодії.

Стан моралі підприємництва є істотним показником загальної культури кожного цивілізованого суспільства. Етика бізнесу - один із містків, що поєднують суспільство з підприємцями. Від культури підприємництва залежить рівень не лише цивілізованості ринкових економічних відносин, а й розвитку суспільства в цілому. Підприємництво є своєрідним індикатором «соціальної якості» людини й суспільства, в якому вона перебуває. Отже, підприємництво - явище, насамперед, соціокультурне.

Формування підприємницької культури в Україні, таким чином, відбувається в контексті загальної культури суспільства, що оновлюється, в його позитивному і негативному аспектах. За цих самих умов виникає особлива, акцентовано прагматична підприємницька «культура». Її характерні риси - прагнення забезпечити швидкий фінансовий успіх, максимальне використання сприятливих шансів, керуючись при цьому правилами «гроші не пахнуть», «мета виправдує засоби», «головне - швидкий успіх». «Спекулятивна культура» не спрямована на виробництво високоякісних продуктів і їх

реалізацію, на налагодження сучасного обслуговування споживачів, збільшення кількості робочих місць та інші суспільно - і ціннісно-значущі результати. Для «ділового спекулянта» головне - максимально великі й «швидкі» гроші. Наголос при цьому робиться не на виробництво, а на угоди з цінними паперами, платіжними засобами, сировинними ресурсами, на податкові «ігри» тощо. Тому культивування порядного, цивілізованого ринку і його діючих осіб - підприємців потребує не лише розвитку моральної свідомості бізнесменів на основі цінностей ділової етики, а й відповідного правового регулювання сфери підприємництва. Правочинність, повага до закону має особливе значення для бізнесмена.

Зростання виробництва і прагнення прибутку відіграють визначальну роль у ринковому господарстві, але вони не можуть бути єдиною директивною підприсництва і винятковим критерієм економічного успіху. Тут діють й інші основоположні цінності. У цьому зв'язку можна перефразувати біблійне твердження: «Чи буде користь людині, якщо вона доб'ється розвитку економіки, зростання добробуту та прибутку, але причинить шкоду своєму природному середовищу, а через нього і своїй людській природі?».

Дискусія про етику підприємництва і менеджменту досягла сьогодні кульмінації в США, Західній Європі та Японії, не обійшла стороною й колишні соціалістичні країни. Етика бізнесу, етика управління введені в університетські програми як спеціальні наукові дисципліни, а в ряді країн Заходу здійснюється підготовка фахівців з етики бізнесу та управління. Цим проблемам присвячені серйозні міжнародні симпозиуми та конференції.

В Україні для практичної реалізації принципів етики підприємців і управлінців необхідно ретельно вивчати і аналізувати досвід розвинутих і постсоціалістичних країн, ширше впроваджувати в життя професійні моральні стандарти, на рівні державного управління продовжити законотворчу діяльність, що сприяє загальному покращенню морального клімату і формує засади цивілізованої поведінки в умовах економічної конкуренції.

Важливим чинником дієвості державного управління слід визнати високу етичну культуру громадян і апарату виконавчої влади України, яка в свою чергу є наслідком загального рівня суспільної моралі.

Виважена державна політика морального регулювання підприємництва і управління має стати одним із значущих факторів прогресивного поступу українського суспільства. Соціальна та моральна відповідальність бізнесу покликана сприяти розв'язанню вже наявних суперечностей у суспільних і між особистих зв'язках і запобігти тим, що назрівають, сприяти встановленню громадянської згоди, міцної соціальної спільноти.

Зрозуміло, для цього потрібні значні зусилля всіх «зацікавлених» сторін - держави, громадянського суспільства, створення сприятливих умов для становлення цивілізованого ринку, самих підприємців, свідомість і діяльність яких мають сповнюватися розумінням своєї відповідальної місії у справі вдосконалювання суспільства і споживачів. За цих умов особливої значущості набувають відповідна освітня і просвітницька робота, система підготовки підприємницьких кадрів нового, продуктивного, соціально й морально відповідального типу.

В Україні на державному рівні вже прийнято ряд постанов і рішень, спрямованих на етичні аспекти регуляції ринкових стосунків у суспільстві, але їх виконання гальмується негативними проявами сьогодення: корупцією, фінансовими махінаціями, спекулятивною діяльністю і численними порушеннями законодавства.

Тому встановлення моральних механізмів у підприємстві є винятково важливим завданням держави та підприємців. У Законі України «Про захист суспільної моралі» поняття «суспільна мораль» визначається як «система етичних норм, правил поведінки, що склалися у суспільстві на основі традиційних духовних і культурних цінностей, уявлень про добро, честь, гідність, громадський обов'язок, совість, справедливість». Виникає питання: чи суспільна мораль, як система етичних норм, які нагромадили наші предки, живучи тисячоліттями, може бути предметом правового регулювання та предметом втручання держави?

По суті, держава не може втручатись в мораль, оскільки поняття добра і зла не є тією сферою, яка може бути об'єктом правового регулювання. Наші права захищені Конституцією України, а не лише нашими внутрішніми поривами. Тому держава знайшла інший спосіб регулювання у цій сфері суспільних відносин, а саме - держава забороняє певні види діяльності, що посягають на суспільну мораль, можуть зашкодити їй, можуть зруйнувати оболонку тієї етичної цінності, яку називають суспільна мораллю.

Зокрема, ст. 2 Закону України «Про захист суспільної моралі» встановлює ознаки продукції, виробництва та розповсюдження якої заборонено. Це є: пропаганда війни, національної та релігійної ворожнечі, фашизму та неофашизму невігластва, неповаги до батьків, наркоманії, токсикоманії, алкоголізму, тютюнокуріння, приниження або образу нації, держави або особистості за національною ознакою тощо.

З 2003 року діяльність по захисту суспільної моралі від розповсюдження відповідної продукції держава поклала на такі органи влади: Міністерство культури і мистецтв України, Міністерство охорони здоров'я України, Міністерство юстиції України, Міністерство освіти і науки України, Міністерство внутрішніх справ України, Генеральну прокуратуру України, Державну митну службу України, Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення, Національну експертну комісію України з питань захисту суспільної моралі.

Згідно із ст. 5 Закону України «Про захист суспільної моралі», до основних напрямків державного регулювання обігу інформаційної продукції, що впливає на суспільну мораль відноситься:

1. формування єдиної комплексної системи забезпечення захисту моральних засад і утвердження здорового способу життя у сфері інформаційної діяльності, освіти та культури;
2. недопущення пропаганди в електронних та інших засобах масової інформації культури насильства, жорстокості, поширення порнографії;
3. впровадження експертної оцінки відео-, аудіо-, друкованої інформації та інформації на електронних носіях, розроблення механізмів і методик віднесення її до такої, що завдає шкоди суспільній моралі;
4. підтримка національної культури, мистецтва, кінематографії, книговидання, поліпшення системи пропаганди кращих зразків світової літератури, культури та мистецтва;
6. заборона демонстрації неліцензійної аудіо-, відеопродукції на національних телеканалах.
7. встановлення контролю за обігом продукції, що становить загрозу суспільній моралі.

В системі органів, які здійснюють контроль у сфері захисту суспільної моралі, завдання щодо реалізації та додержання вимог чинного законодавства покладені також і на Національну експертну комісію України з питань захисту суспільної моралі (далі – Національна комісія).

За статусом Національна комісія є державним, експертним, контролюючим, органом, підпорядкованим Кабінету Міністрів України. Висновки Національної комісії використовуються для вирішення питань про порушення кримінальної справи, питань притягнення до відповідальності через суд, про позбавлення ліцензії чи надання дозволу.

До переліку основних завдань Національної комісії належать: координація розробки концепції захисту суспільної моралі, розробка засад державної політики з обігу продукції, яка впливає на суспільну мораль, регулювання відповідних відносин; аналіз процесів і тенденцій, що відбуваються у сфері захисту суспільної моралі, розробка рекомендацій для органів державної влади та місцевого самоврядування по їх правовому регулюванню; контроль за дотриманням чинного законодавства України у сфері захисту суспільної моралі тощо.

Права Національної комісії достатньо широкі, але, разом з тим, не є достатньо ефективними, оскільки результативність роботи Національної комісії залежить від того, наскільки ефективно спрацюють інші державні органи.

Відповідно до Конституції України, кожен громадянин має право на підприємницьку діяльність і це право є непорушним. А отже - чи можемо ми розглядати функцію держави, пов'язану із захистом суспільної моралі, обмеженням цієї свободи? Чи це є унікальний вид обмеження, чи він законом передбачений? Чи не суперечить свободі підприємницької діяльності те, що держава встановлює обмеження на певні види діяльності?

У законодавстві України визначено такі обмеження підприємницької діяльності: людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю (ч.1 ст. 3 Конституції України); власність зобов'язує. Власність не повинна використовуватися на шкоду людині і суспільству (ч.3 ст. 13 Конституції України); забезпечення екологічної безпеки і підтримання екологічної рівноваги на території України, подолання наслідків Чорнобильської катастрофи - катастрофи планетарного масштабу, збереження генофонду Українського народу є обов'язком держави (ст. 16 Конституції України); захист суверенітету і територіальної цілісності України, забезпечення її економічної та інформаційної безпеки є найважливішими функціями держави, справою всього Україн-

ського народу (ч.1 ст. 17 Конституції України); кожен має право на повагу до його гідності (ч. 1 ст. 28 Конституції України); кожен має право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди (ч.1 ст. 50 Конституції України); не допускаються дії особи, що вчиняються з наміром завдати шкоди іншій особі, а також зловживання правом в інших формах (ч. 3 ст. 13 Цивільного кодексу України); при здійсненні цивільних прав особа повинна додержуватися моральних засад суспільства (ч. 4 ст. 13 Цивільного кодексу України).

Мораль – це система, яка сформувалася у суспільстві в результаті традицій, утвердження якоїсь позитивної громадської думки, це суспільне мірило між добром і злом. Ясна річ, що держава впливає певним чином на суспільну мораль. Але тут ідеться не про те, що держава хоче регулювати, вона тільки намагається не допускати спроб деформації, які негативно впливають на людину та її психіку. Держава виставляє бар'єр на шляху порушень законодавства про захист суспільної моралі. Таким чином, держава регулює не мораль, а тих, хто поводить анти суспільно.

В.В.Костицкий

Мораль и предпринимательство: (социально-политические и правовые проблемы).

В статье рассматриваются социально-политические и правовые проблемы взаимосвязи морали и предпринимательства, проанализированы международные стандарты в этой сфере и соответствие им некоторых норм законодательства Украины, определены причины, которые тормозят исполнение принятых нормативно-правовых актов, направленных на этические аспекты урегулирования рыночных отношений в обществе.

Найсвіжіші соціологічні дослідження засвідчують: 51% опитаних громадян нашої держави вважають, що загальний стан моральності у суспільстві є незадовільним і загрожує національній безпеці України, а більш ніж 70% респондентів упевнені, що українське суспільство не розвивається або зупинилось у своєму духовно-моральному розвитку.

Історія людства свідчить, що в державі, світська і духовна влада якої однаково дбають про високий рівень моральності, йде неухильне зростання життєвого добробуту, військової міці та міжнародного авторитету. Але як тільки беруть гору невігластво та розбещеність, неповага та ігнорування етичних норм, загальнолюдських правил поведінки у суспільстві настає неминучий крах. У результаті морального занепаду більшість цивілізацій були назавжди зруйновані не лише фізично, а й із пам'яті нащадків.

Отже, сьогодні ми опинилися в ситуації, коли кожному громадянину України варто замислитися, яку державу ми хочемо залишити нашим дітям. Які цінності, знання та норми сформує нашу буденність через 5, 10, 15 років. Відповідь на це питання лежить у площині моралі.