

ВПЛИВ ЕТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ НА ЕТИЧНУ ПОВЕДІНКУ МЕНЕДЖЕРІВ

О.В. Винославська

*кандидат психологічних наук, доцент,
завідувач кафедри психології і педагогіки
Національного технічного університету України
"Київський політехнічний інститут"*

Дана стаття присвячена аналізу етичних стратегій різних українських організацій. Зокрема, проаналізована така важлива особливість етичної стратегії організації як наявність етичного кодексу. Досліджено кореляційні залежності між наявністю етичного кодексу в організації й соціальному тиску на менеджерів-чоловіків і менеджерів-жінок. Показано залежність етичної поведінки менеджерів від наявності етичного кодексу в організації.

Ключові слова: етична стратегія організації, менеджер, соціальний тиск, етична поведінка.

Приєднання України до Глобального договору сприяло розробці рядом вітчизняних організацій стратегій з корпоративної соціальної відповідальності [12]. Проте, розробці етичних складових цих стратегій (етичних кодексів) та їх впровадженню у діяльність організацій ще й досі не приділяється належна увага. І навіть за наявності в організації етичного кодексу зафіксовані у ньому моральні цілі, місія й цінності дуже часто не співпадають з реальними, що реалізуються у даній організації. Відбувається це через те, що специфічне для моральної свідомості протиріччя належного і сутнього у діловій етиці витікає з об'єктивного протиріччя між морально-етичними цілями організації, проголошеними в етичній стратегії, та основними цілями організації – досягненням успіху і прибутком. Потреба в етичному регулюванні діяльності менеджерів і працівників організацій виникає лише у тих випадках, коли керівництво стикається з проблемами, які не можуть бути розв'язані ніякими іншими засобами, окрім засобів моралі: усвідомлення протиріччя між належним і сутнім, вільного морального вибору, імперативних ціннісних форм – ідеалів, принципів і норм [8]. Щодо готовності менеджера слідувати положенням етичного кодексу в своїй професійній діяльності, то вона залежить від умов роботи в організації та суб'єктивної оцінки менеджером цих умов. У контексті сьогоденної соціально-економічної ситуації в Україні дослідження впливу особливостей етичних стратегій організацій на етичну поведінку працюючих у них менеджерів виступає актуальною проблемою організаційної та економічної психології.

Виходячи з актуальності проблеми, *об'єктом* дослідження виступили етичні стратегії українських організацій різних сфер діяльності.

Предметом дослідження було обрано вплив етичних стратегій організацій на етичну поведінку працюючих у них менеджерів.

Мета дослідження полягала у вивченні залежності етичної поведінки менеджерів від запровадження етичного кодексу організації, як значущої складової її етичної стратегії.

Відповідно до мети у дослідженні вирішувалися наступні *завдання*:

1. Розкрити особливості етичних стратегій організацій різних галузей виробництва.
2. Проаналізувати кореляційні залежності між наявністю етичного кодексу в організації й соціальним тиском на менеджерів-чоловіків і менеджерів-жінок.
3. Дослідити залежність етичної поведінки менеджерів від наявності етичного кодексу в організації.

У дослідженні взяли участь 150 українських менеджерів вищої і середньої ланки, які працюють у виробничій, будівельній, фінансовій, торгівельній та інших сферах. Представлені респондентами організації значно відрізняються за своєю організаційною структурою, кількістю працівників, психологічними особливостями. Це є важливим для виявлення особливостей професійної етики менеджерів в різних сферах діяльності організацій.

Процедура збору даних була організована наступним чином: по-перше, з менеджерами проводилася вступна бесіда для пояснення цілей дослідження та підвищення їхньої мотивації щодо участі в дослідженні. Потім, менеджерам пропонувалося заповнити опитувальник "Етичні настановлення менеджера" [11] і тест "Етика поведінки в організації" [4]. Після аналізу отриманих даних нами було розроблено анкету для визначення основних етико-психологічних проблем у професійній діяльно-

сті менеджерів, яка складалася із двох блоків. Далі менеджерам пропонувалася відповісти спочатку на блок запитань анкети щодо особливостей корпоративної етики в організації, а потім – на блок запитань анкети щодо об'єктивних характеристик організації і персональних даних менеджерів. Після обробки результатів та аналізу даних менеджери отримали зворотній зв'язок. Зокрема, їх було ознайомлено із впливом корпоративної етики на моральну свідомість й етичну поведінку в організації, а також із можливостями психолого-управлінського консультування у вирішенні етичних проблем професійної діяльності менеджерів.

Організації, представлені респондентами, значно відрізнялися за своєю організаційною структурою, чисельністю працівників, мораль-

ним кліматом та іншими характеристиками. Ці відмінності мали для нас важливе значення, оскільки дозволили дослідити, яким цінностям надають перевагу менеджери в організаціях різних напрямків діяльності.

Статистичне групування емпіричних даних показало, що серед організацій, представлених респондентами, лише 30% мали етичні кодекси (табл. 1). У той же час, кількість організацій, що не мали етичного кодексу, склала у виборці більше половини (56 %). А 14 % респондентів взагалі не знали, чи є етичний кодекс в організації, де вони працюють.

У таблиці 2 наведені дані щодо наявності етичних кодексів в організаціях, представлених у виборці респондентів, у відсотковому вираженні.

Таблиця 1

Розподіл респондентів за наявністю в організації етичного кодексу, %

<i>Наявність в організації етичного кодексу</i>	<i>В цілому по виборці</i>	<i>Чоловіки</i>	<i>Жінки</i>
Етичний кодекс існує	30	20	10
Етичний кодекс не існує	56	30	26
Респондент не знає чи є етичний кодекс	14	10	4

Таблиця 2

Наявність етичних кодексів в організаціях, %

<i>Сфера діяльності організацій</i>	<i>Частка організацій у виборці</i>	<i>У тому числі</i>		
		<i>Кодекс є</i>	<i>Кодексу немає</i>	<i>Не знаю</i>
Виробництво	32	8	22	2
Будівництво	4	2	-	2
Роздрібна торгівля	8	2	4	2
Оптова торгівля	12	4	6	2
Послуги	16	8	6	2
Фінанси / Страхування	6	-	6	-
Освіта	4	4	-	-
Нерухомість	6	-	4	2
Транспорт / Комунікації	4	2	2	-
Інше	8	-	6	2

Як видно з таблиці 2, наявність етичних кодексів по галузях виробництва не є рівномірною: у сфері виробництва (32 % організацій у виборці) мали етичний кодекс 8 % організацій; у будівництві (4 %) – 2 %; у роздрібній торгівлі (8 %) – 2 %; в оптовій торгівлі (4 %) – 2 %; у сфері послуг (16 %) – 8 %. У сферах нерухомості і фінансів (по 6 % у виборці) у жодній з організацій етичного кодексу не було. І тільки в галузі освіти (4 %) усі представлені респондентами організації, мали етичний кодекс.

Якщо моральні стандарти організації і способи підвищення етичного рівня організації за допомогою розробки і впровадження етичних кодексів досить тривалий час виступають предметом дослідження в організаційній психології [1; 3; 9 та ін.], то проблема соціального впливу в організації лише в останні роки стала активно вивчатися в українській психології [2; 5-7 та ін.]. Поняття “соціальний вплив” визначається як усвідомлена спроба зміни думок і дій завдяки маніпулюванню мотивами людини; як комунікація, спрямована на зміну вибору; як

створення стану ідентифікації або орієнтації між джерелом і адресатом, що відбувається завдяки використанню символів; як будь яка комунікація, спрямована на зміну уявлень, настановлень (атитюдів) інших людей [10].

У таблицях 3 та 4 представлені дані щодо розподілу респондентів за типом соціального впливу в представлених ними організаціях.

Таблиця 3

Розподіл респондентів за типом соціального впливу в організації, %

Тип соціального впливу в організації	В цілому по виборці	Чоловіки	Жінки
Існує сильний тиск	14	6	8
Існує легкий тиск	50	28	22
Немає ніякого тиску	36	26	10

Як видно з таблиці 3, 14% респондентів вказали на наявність сильного соціального тиску в їхніх організаціях, серед них – 6% жінок і 8% чоловіків. 50% респондентів відзначили наявність у своїх організаціях легкого соціального тиску, серед них – 22% жінок і 22% чоловіків. На відсутність соціального тис-

ку в організаціях вказали 36% респондентів, серед них – 26% жінок і 10% чоловіків.

У таблиці 4 представлені результати статистичного групування емпіричних даних щодо наявності соціального впливу в організації відповідно до різних сфер їхньої діяльності.

Таблиця 4

Соціальний вплив в організаціях, %

Сфера діяльності організацій	Частка організацій у виборці	Соціальний вплив		
		Ніякого тиску	Легкий тиск	Сильний тиск
Виробництво	32	12	16	4
Будівництво	4	2	2	-
Роздрібна торгівля	8	4	4	-
Оптова торгівля	12	2	8	2
Послуги	16	8	4	4
Фінанси / Страхування	6	2	4	-
Освіта	4	-	4	-
Нерухомість	6	2	-	2
Транспорт / Комунікації	4	2	2	-
Інше	8	-	6	2

Як видно з таблиці 4, існують значні відмінності щодо соціального впливу в різних сферах організаційної активності.

Кількість організацій, щодо яких респондентами не було вказано на наявність соціального тиску, розподілилася за сферами діяльності наступним чином: виробництво (12% у вибірці) – 8% організацій мають кодекс, будівництво (2%) – 2%; роздрібна торгівля (4%) – 2%, оптова торгівля (2%) – 2%; послуги (8%) – 8%, транспорт/комунікації (2%) – 2%; фінанси/страхування (2%) та нерухомість (2%) – кодексів немає.

Кількість організацій, що здійснюють легкий соціальний тиск на менеджерів, розподілилася за сферами діяльності наступним чином: виробництво (16% у вибірці) – 8% організацій мають кодекс, будівництво (2%) – 2%;

роздрібна торгівля (4%) – 2%, оптова торгівля (8%) – 2%; послуги (4%) – 8%, освіта (4%) – 4%, транспорт / комунікації (2%) – 2%; фінанси / консалтинг (4%) – кодексів немає.

Кількість організацій, що здійснюють сильний соціальний тиск на менеджерів, розподілилася за сферами діяльності відповідно: виробництво (4% у вибірці) – 8% організацій мають кодекс, оптова торгівля (2%) – 2%; послуги (4%) – 8%, нерухомість (2%) – кодексів немає.

Отримані дані свідчать, що наявність/відсутність етичного кодексу незначною мірою корелює з характером соціального впливу в організації. Тільки в галузі освіти в усіх представлених в дослідженні організаціях наявність етичного кодексу зумовлює здійс-

нення легкого тиску на етичну поведінку працюючих у них менеджерів.

Отже, питання про характер соціального впливу етичного кодексу на керівників та інших співробітників організації є дуже важливим і має очевидний психологічний підтекст.

Кореляційні зв'язки між характером соціального тиску в організаціях, представлених опитаними менеджерами, і наявністю/відсутністю в цих організаціях етичного кодексу показані у таблиці 5.

Таблиця 5

Матриця кореляцій між наявністю/відсутністю етичного кодексу і соціальним впливом в організації

Наявність/відсутність етичного кодексу		Соціальний вплив в організації		
		Ніякого тиску	Легкий тиск	Сильний тиск
Кодекс є	Чоловіки			
	Жінки	0,577**		
Кодексу немає	Чоловіки		0,267*	
	Жінки			0,367**
Не знаю	Чоловіки			0,447**
	Жінки		0,272*	

* $p=0,1$; ** $p=0,05$

Дослідження кореляцій між наявністю/відсутністю етичного кодексу й соціальним впливом в організації дозволило виявити наступні залежності. Наявність етичного кодексу в організаціях значуще корелює з відсутністю тиску на менеджерів-жінок (0,577; $p=0,05$). Відсутність етичного кодексу слабо корелює з низьким тиском на менеджерів-чоловіків (0,267; $p=0,1$) і помірно корелює з високим тиском на менеджерів-жінок (0,367; $p=0,05$). Ста-

тистично значущі залежності між відсутністю етичного кодексу й наявністю легкого тиску на менеджерів-жінок, а також між відсутністю етичного кодексу й наявністю сильного тиску на менеджерів-чоловіків виявлені не були.

Кореляційні зв'язки між рівнем етичності поведінки опитаних менеджерів і характером соціального тиску в організаціях, де вони працюють, представлені у таблиці 6.

Таблиця 6

Матриця кореляцій між соціальним впливом в організації і рівнем етичності поведінки менеджерів

Рівень етичності поведінки		Соціальний вплив в організації		
		Ніякого тиску	Легкий тиск	Сильний тиск
Високий і середній	Чоловіки		0,3208**	
	Жінки			0,1048*
Низький	Чоловіки	0,1615*		
	Жінки	0,1572*		

* $p=0,1$; ** $p=0,05$

Як видно з таблиці 6 відсутність тиску ніяк не сприяє виявленню менеджерами вищої та середньої ланки етичної поведінки в організації. У той же час виявлені слабкі кореляційні зв'язки між відсутністю тиску і низьким рівнем етичної поведінки як у чоловіків (0,1615; $p=0,1$), так і в жінок (0,1572; $p=0,1$). Легкий тиск сприяє виявленню етичної поведінки у чоловіків на помірному рівні (0,3208; $p=0,05$). Статистично значущі зв'язки між низьким рівнем етичної поведінки в організації і легким тиском виявлені не були. Сильний тиск дуже слабо впливає на виявлення середнього етичного рівня поведінки жінками (0,1048; $p=0,1$).

Кореляційні зв'язки між рівнем етичності поведінки опитаних менеджерів і наявніс-

тю/відсутністю в організаціях, де вони працюють, етичного кодексу представлені у таблиці 7.

З таблиці 7 видно, що менеджери, яким притаманний низький рівень етичної поведінки, за умови наявності етичного кодексу, виявляють її значно рідше, ніж в умовах його відсутності. Серед жінок низький рівень етичної поведінки корелює на $p=0,1$ рівні значущості з відсутністю етичного кодексу майже в два рази глибше, ніж серед чоловіків (0,7224 проти 0,3478).

З цього витікає, що лише легкий тиск з боку організації дійсно сприяє виявленню менеджерами високого та середнього рівня етичності поведінки в процесі здійснення ними професійної діяльності.

Матриця кореляцій між рівнем етичності поведінки менеджерів і наявністю/відсутністю в організації етичного кодексу

Рівень етичності поведінки		Наявність/відсутність етичного кодексу	
		Етичний кодекс існує	Етичний кодекс не існує
Високий і середній	Чоловіки	0,4009	0,4781
	Жінки	0,4269	0,5090
Низький	Чоловіки		0,3478
	Жінки		0,7224

$r=0,1$

Проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки:

1. Психолого-організаційні умови етичної реалізації менеджером своєї професійної діяльності включають сферу діяльності організації, чисельність працівників в організації, етичну стратегію організації, наявність етичного кодексу, тип соціального впливу в організації.

2. Відсутність етичних кодексів в 70 % організацій, представлених у дослідженні українськими менеджерами, підтверджує актуальність проведеного дослідження.

3. Наявність етичних кодексів в організаціях істотно корелює з відсутністю соціального тиску на менеджерів-жінок і, навпаки, відсутність етичних кодексів в організаціях спричиняє низький соціальний тиск на менеджерів-чоловіків і високий соціальний тиск на менеджерів-жінок.

4. Існує обернено пропорційна залежність між існуванням соціального тиску в організації й рівнем етичної поведінки менеджерів, які

працюють у ній: чим сильнішим є соціальний тиск в організації, тим нижчий рівень етичної поведінки менеджерів.

5. Для менеджерів, що виявляють високий або середній рівень етичної поведінки в організації, наявність або відсутність етичного кодексу не є дуже принциповою. У той же час для менеджерів, схильних до виявлення низького рівня етичної поведінки, наявність в організації етичного кодексу виступає запобіжним чинником.

Низьку ефективність впливу етичної стратегії українських організацій на підвищення рівня етичної поведінки менеджерів можна пояснити розбіжністю між проголошуваними етичними стандартами й шляхами їх реалізації на практиці. Отже, подальше дослідження має сконцентруватися на вивченні психологічних умов інтеріоризації українськими бізнесменами, менеджерами й працівниками організацій прийнятих етичних стандартів для їх реалізації у своїй професійній діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексина Т. А. Прикладная этика: [учебн. пособие] / Т. А.Алексина. – М.: Изд-во РУДН, 2004. – 210 с.
2. Коваленко А. Б. Соціальна психологія: [підручник] / А. Б. Коваленко, М. Н. Корнєв. – К.: Видавництво «Геопринт», 2006. – 400 с.
3. Кодекс профессиональной этики членов Российского общества оценщиков 1999 г. (новая редакция) // Этика бизнеса: [учеб. пособие]. / Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов.– [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – С. 194-204.
4. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон., М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 1995. – С. 151.
5. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу: [навч. пос.] / В. В. Москаленко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 448 с.
6. Основи соціальної психології: [навчальний посібник] / О. А. Донченко, М. М. Слюсаревський, В. О. Татенко, Т. М. Титаренко, Н. В. Хазратова та ін.; за ред. М. М. Слюсаревського. – К.: Міленіум, 2008. – 495 с.
7. Татенко В. О. Соціальна психологія впливу: [монографія] / Татенко В. О. – К.: Міленіум, 2008. – 216 с.
8. Управление персоналом: [учебник для вузов] / Под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремин, Е. А. Аксенова, П. В. Малиновская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 560 с.

9. *Этический кодекс корпорации “Проктер энд Гэмбл” / Алексина Т.А. Прикладная этика: [учеб. пособие] / Алексина Т.А. – М.: Изд-во РУДН, 2004. – С. 140-165.*
10. *Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: [учеб. пособие для вузов] / Янчук В. А. – Мн.: АСАР, 2005. – С.445-487.*
11. *Alexander C. S. The Use of Vignettes in Survey Research / C. S. Alexander, H. J. Becker // Public Opinion Quarterly. – 1978. – №42. – С. 93–104.*
12. *Global Compact Network Ukraine: огляд діяльності 2009. – К. : Представництво ООН в Україні, 2009. – 12 с.*

Стаття надійшла до редакції 20.05.2010 р.