

### ***ДО ПИТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ЕТИКИ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ***

*Розглянуто феномен корпоративної етики, її роль як основного елемента управління та розвитку організації.*

***Ключові слова:*** професійна етика, корпоративна етика, моральні принципи, етичний кодекс.

*Рассмотрен феномен корпоративной этики, ее роль как основного элемента управления и развития организации.*

***Ключевые слова:*** профессиональная этика, корпоративная этика, моральные принципы, этический кодекс.

*The phenomenon of corporate ethics is considered. The role of corporate ethics is expose as the basic custom and development of organization control.*

***The keywords:*** professional ethics, corporate ethics, moral principles, ethics codes.

Сучасні умови соціально-економічного та науково-технічного перетворення у сфері ринкових відносин вимагають втілення нових ціннісних підходів до системи управлінських взаємовідносин, спрямованих на стратегічне управління людськими ресурсами. Зміна ціннісних орієнтацій людства принесла радикальні зміни в етичну теорію й особливо в її прикладний аспект. Мінливість ділового середовища створили нагальну необхідність у комунікаціях зі співробітниками, партнерами, споживачами, що сприяло формуванню професійної етики як сукупності моральних норм, які визначають ставлення людини до професіонального обов'язку; зокрема професійна етика вивчає: відносини трудових колективів; моральні якості особистості, які забезпечують виконання професійного обов'язку; взаємовідносини всередині професійних колективів та специфічні моральні норми, прийнятні для конкретного виду діяльності; особливості професійного виховання.

Інтерес до феномену корпоративної етики зумовлений насамперед впливом корпоративної етики та культури на життя організації, її положення у зовнішньому світі, що у свою чергу відіграє неабияку роль у мобілізації ресурсів організації, необхідних для досягнення поставлених завдань. Адже успішність будь-якої організації або колективу зумовлена різноманітними факторами, де однією з домінант виступає формування корпоративної етики організації. Метою нашого дослідження є розгляд можливостей та вплив корпоративної етики на розвиток організації в сучасному суспільстві, що обумовило такі завдання: визначити об'єктивні причини необхідності етичної домінанти в життєдіяльності сучасних організацій; з'ясувати сутність та роль корпоративної етики та етичних кодексів в гармонійному й успішному розвитку та діяльності організації.

Етика бізнесу, корпоративні етичні кодекси, їх основні завдання, а також

питання підвищення етичної складової у сфері бізнесу є об'єктом різноманітних досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних учених: питання професійної етики і моралі розглядали Т. Парсонс, Е. Дюркгейм, М. Вебер, П. Козловські, М. Фрідмен, Р. Мілтон та ін. Різноманітні підходи, які сьогодні активно використовують в етиці бізнесу, розробили такі вчені, як І. Бентам, І. Кант, Д. Ролз. Моральні аспекти прийняття управлінських рішень вивчали І. Гурова, Ю. Петрунін, В. Борисов, Т. Чмут, Г. Чайка, Ю. Палеха й ін.; моральні фактори соціально-економічного прогресу, питання моралі в політиці, економіці та соціології досліджували О. Богомолів, Р. Грінберг, Л. Рубінштейн, Р. Ботавіна та ін.

Поштовхом до формування корпоративної етики стали різноманітні події, пов'язані насамперед з діями корпорацій (продаж неякісних товарів, підкуп, хабар). Тому питання етичної свідомості професійних бізнесменів стають ще більш нагальними, що сприяло застосуванню внутрішньо організаційних правил, створенню кодексів, які регулюють поведінку співробітників та організацій у цілому: відкриття «гарячих ліній» для прийняття скарг від персоналу, пов'язаних з проблемою моральності, створення етичних комітетів, тобто формування у професійному середовищі корпоративної етики, яка спрямована на вирішення морально-етичних проблем та кризових ситуацій, на передбачення зловживань у різних сферах професійної діяльності. Вже на початку 90-х років ХХ ст. обговорення етичних питань у бізнесі вийшли на світовий рівень та знайшли своє втілення у створенні узагальнених норм і правил поведінки в бізнесовій діяльності, які можна представити у такому переліку: Сім принципів ведення бізнесу (1994, Швейцарія), що остаточно був затверджений у 1998 році, містить головні принципи глобальної корпоративної відповідальності, представлені у 60 принципах; Глобальні принципи Салівана (1999) – директиви загального порядку стосовно етики ділового спілкування, трудових відносин в організаціях та впливу діяльності транснаціональних компаній на навколишнє середовище; Глобальний Пакт ООН (2000) – представлений дев'ятьма принципами у використанні в діяльності транснаціональних компаній й ін.

Ці документи закликають до прийняття ділових рішень з урахування моральних цінностей, як загальнолюдських, так і особистих, які є рекомендованими до виконання постулатами, оскільки визначають бізнес-поведінку компаній. При цьому актуалізується проблема морального обов'язку незалежно від виду діяльності: перед суспільством (навколишнє середовище), споживачами (насамперед безпека, право вибору і право на вимоги), співробітниками (умови праці, охорона здоров'я та гідна оплата), власниками та інвесторами (доступ до інформації, чесний розподіл прибутку, недоречність обману і т. д.), поставниками та конкурентами.

Зарубіжна теорія та практика корпоративного управління надає особливого значення у формуванні корпоративної етики організації, що містить етичні стандарти та елементи віри. В 60-х роках у США опубліковано ряд праць (Д. Хемптона, Х. Транса), які приділяють значну увагу традиціям, обрядам та ритуалам організацій. В другій половині ХХ ст. було визнано корпоративну етику як сферу, що охоплює явища духовного і матеріального життя колективу, домінуючі в ньому моральні норми і цінності, кодекс поведінки, ритуали тощо; дослідження американських

учених Пітерса і Робертса показали, що роль корпоративної етики в досягненні ефективного управління надзвичайно велика, наголосили на її значущості як основного елемента корпоративної стратегії.

У сучасному бізнесі корпоративна етика виступає однією із найважливіших умов для успішної діяльності організації, цілісним підґрунтям її динамічного зростання та своєрідною гарантією до підвищення ефективності. Адже сучасність при надзвичайно високому розвитку наук та технологій вимагає не простого управління людськими ресурсами, а своєрідного відчуття та спрямованості на те, що люди відчують і про що думають. Саме таке управління завбачає цілеспрямовану комунікацію з різноманітними групами суспільства в поєднанні та створенні нової системи цінностей, норм, правил поведінки, тобто системи, яка створює духовну атмосферу самоутвердження як особистості, так і організації в цілому. Невід'ємним живильним джерелом, що об'єднує людей у колективи (організації) та створює духовну атмосферу людського суспільства, є корпоративна культура і корпоративна етика як феномени, що доповнюють одна одну, приводячи до спільної гармонійної внутрішньої узгодженості орієнтирів та прагнень співробітників, а не простого виконання наказів.

Корпоративна етика, орієнтуючи на універсальні моральні принципи (насамперед принципи справедливості: рівність людських прав і повагу гідності людської істоти як індивідуальної особистості (Л. Кольберг); принцип благоговіння перед життям (А. Швейцер)), формує певний рівень морального розвитку як окремої особистості, так і організації в цілому.

Узагалі на проблему взаємозв'язку моральних вимог та суспільної праці звертали увагу різні мислителі, такі як давньогрецький філософ Арістотель, шотландський філософ-мораліст А. Сміт («Дослідження природи та причин багатств народів»), пізніше французький філософ О. Конт, соціолог і філософ Е. Дюркгейм, які також наголошували на взаємозв'язку суспільної праці з моральними принципами. З цією проблемою пов'язане виникнення найперших професійних кодексів, що сягає XI–XII ст., коли відбувається становлення цехових уставів з включенням у них моральних вимог щодо професії та робітників, що виникли на основі моральної свідомості, а пізніше стали розвиватися на ґрунті узагальнених практичних норм поведінки представників певної професійної групи (існували як писані, так і неписані кодекси поведінки) та вироблялися представниками різних професій протягом століть, які характеризувалися такими ознаками: солідарність людей однієї професії, суворе регламентація прав та обов'язків професійної діяльності. Можливо, саме тому наприкінці XIX ст. католицька церква висунула корпоративну етику як один із дієвих засобів вирішення так званого «робітничого питання» і повернення до корпоративної системи дружньої сім'ї.

Ставлення до праці та професіоналізм є певними характеристиками індивіда, що змінюються відповідно до історико-культурного розвитку. Так, у класовому суспільстві відображалася протиставлення розумової та фізичної праці, існування привілейованих та непривілейованих професій. У феодальному суспільстві працю розглядали як покарання за первородний гріх; капіталістичне суспільство ж породило

два типи моральності: капіталістичну та колективістську, що розповсюджувалися на сферу трудових відносин: «...кожен клас і навіть професія мають свою мораль» (Ф. Енгельс).

У процесі спільної професійної діяльності у взаємостосунках складаються визначені моральні відносини, яким притаманні такі чинники: ставлення до діяльності та моральні відносини професійних груп. Це у свою чергу сприяло формуванню своєрідного напрямку в економіці, представники якого (Р. Коуз, О. Вільямсон, Д. Нор) наголосили на необхідності введення в економічну проблематику етичної категорії «довіра». Доречно буде згадати Ф. Фукуяму [8], який у праці «Довіра», зазначаючи на неймовірній ролі культури, здійснює культурний аналіз суспільств з високим рівнем довіри (Німеччина), суспільств з низьким рівнем довіри (Італія, Франція, Корея), суспільств із кризою довіри (США). Футуролог наголошує, що сучасне суспільство зможе процвітати лише в умовах «збагаченої довіри», що можливо, на нашу думку в умовах сформованої корпоративної культури та етики.

Корпоративна етика ґрунтується на різноманітних етичних принципах, які формувалися протягом багатьох століть історико-культурного розвитку людства і деякою мірою висловлюють максимальні етичні вимоги: принцип утилітаризму (найбільше благо найбільшій кількості людей); принцип індивідуалізму (досягнення довгострокових інтересів) тощо.

Окрім того, корпоративна етика містить систему моральних вимог і норм поведінки, які ґрунтуються на основних нормах та принципах етики, що вироблені моральною свідомістю суспільства (гідність, обов'язок і т. д.) та які відтворюються у поведінці учасників ділових відносин. Тобто особистісні та професійні цінності спираються на загальнолюдські моральні норми і принципи: принцип блага, особисті чесноти (чесність, відкритість, відповідальність, мірі; християнські чесноти: любов до іншого, милосердя, співчуття); принципи «суспільного договору» та «розумного егоїзму» та складають основу для сучасної професійної діяльності та спілкування.

Це ще раз доводить, що етика є невід'ємною частиною розвитку будь-якої професійної діяльності. При цьому єдиний «еталон» морального стандарту відсутній: адже у кожній людини є своє власне розуміння моральних норм, а організації «конструюють» свої власні концепції. Тому етичний менеджмент організації виступає перш за все своєрідним діалогом щодо цінностей між співробітниками і організацією з приводу норм взаємодії, цінностей розвитку та основної умови формування внутрішньої корпоративної ідентичності.

У розвинених країнах Заходу, коли виникла потреба впорядкування взаємовідносин усередині фірм та корпорацій, а також усвідомлення їх місця в інфраструктурі економічних, торговельних та промислових зв'язків, на всесвітньому конгресі зі стійкого розвитку Л. Холм і Р. Ватс у доповіді «Making Good Business Sense» наголосили, що корпоративна етика – це відповідальність та постійна прерогатива вести професійні справи на основі етики і робити свій внесок в економічний розвиток, одночасно покращуючи якість життя своїх робітників та їх сімей, як і суспільства в цілому [2], де корпоративна етика, корпоративна політика у

сфері охорони навколишнього середовища, підходи до корпоративного управління, питання прав людини у професійному аспекті, політика щодо персоналу організації складають єдине ціле.

Так, А. Печеї у книзі «Людські якості» наголошує на шести основних цілях людства, за якими можна перевіряти основну мету діяльності будь-якої організації: 1) «зовнішні межі» межі існування людини на Землі та гармонізація взаємовідносин людини і природи; 2) «внутрішні межі» – дослідження фізичних і психологічних можливостей людини; 3) захист і збереження культурних особливостей народів та націй; 4) «світове співтовариство» узгодження шляхів перетворення системи егоцентричних держав у систему скоординованих між собою географічних і функціональних центрів прийняття рішень; 5) середовище проживання; 6) виробнича система [6, с. 106].

Таким чином, корпоративна етика є результатом усвідомлення професіональних інтересів, прагнень, ідеалів як керівників, менеджерів, так і безпосередніх виконавців. Російські дослідники Ю. Петрунін та В. Борисов наголошують на спеціальних методах, що спрямовані на формування етичної основи трудових відносин: 1) корпоративні кодекси, які є центральним елементом корпоративної етики (звід правил ділового спілкування); 2) «карти етики» (набір етичних правил і рекомендацій, що конкретизують етичний кодекс для кожного співробітника колективу (організації); 3) комітети або певні спеціалісти з етики (що цілеспрямовано напрацьовують етичну політику колективу (організації), а також вирішують конкретні етичні проблеми, які виникають в професіональній практиці) [5].

Головним завданням корпоративної етики є встановлення ціннісних пріоритетів щодо груп та шляхи узгодження їх інтересів, а основними функціями корпоративної етики організації є: репутаційна (формування довіри до компанії); управлінська (регламентує пріоритет взаємодії з зовнішніми групами, визначає порядок прийняття рішень в складних етичних ситуаціях та вказує на не прийнятні форми поведінки); розвивальна (наявність корпоративної етики є основним ядром у формуванні корпоративної культури організації та трансляції цінностей організації всім її співробітникам).

В основі сучасної корпоративної етики, на думку більшості дослідників, мають бути три положення: а) створення матеріальних цінностей у різноманітні форм; б) дохід виробництва розглядається як результат досягнень різноманітних суспільно значимих цілей; в) пріоритет у вирішенні професійних проблем надається в першу чергу інтересу міжособистісних відносин, а не інтересу виробництва.

Перераховані принципи визначають характер взаємовідносин як між мікро- та макрорівнем соціально-економічної структури організації, держави, суспільства загалом, останній підхід є особливо корисним для економік перехідного періоду в період трансформації економічних інститутів. Невиконання етичних принципів призводить зазвичай до різноманітних конфліктних ситуацій у трудовому колективі (організації).

Початковим етапом становлення корпоративної етики стали перші етичні кодекси, що являли собою основні ідеї, норми поведінки з клієнтами у вигляді певних

«кредо». Наступним етапом у її розвитку стало включення в кодекси певних положень антимонопольних законів (50-ті роки ХХ ст.), ініціаторами та авторами кодексів корпоративної етики були представники управлінського персоналу, а більша частина кодексу була спрямована насамперед на діяльність менеджерів корпорацій. На початку ХХІ ст. більшість компаній Західної Європи почали формувати власну політику корпоративної етики та етики відповідальності.

Кодекси корпоративної етики можуть бути різноманітними за формою викладу, це залежить в першу чергу від специфіки конкретної організації та напрямку її діяльності. Організаційні кодекси корпоративної етики створюються насамперед визначенням особливостей організації, структурою, завданнями розвитку, установками її керівників і, як правило, складаються з двох складових: ідеологічної (місія, цілі, цінності) та нормативної (стандарти професійної поведінки).

У корпоративному кодексі відображені ключові принципи та ідеї, які виступають регулювальним началом трудових відносин у колективі (організації). Це насамперед принцип відкритості (розуміння основних цілей організації); принцип гідності (діяльність, методи організації та міжособистісні контакти, спрямовані не на приниження гідності особистості); принцип співучасті (прийняття та узгодженість рішень сприяє втіленню ідеї «спільної справи»); принцип доповнюваності (розмежування вирішення будь-якої проблеми, «невтручання» керівних структур і їх функціонування не за принципом всесилля, а за принципом доповнення).

Дотримання та виконання співробітниками колективу (організації) основних принципів та правил поведінки корпоративної етики стає своєрідною «візиткою» організації та сприяє успішним діловим взаємовідносинам. Тому корпоративна етика на сьогодні має особливу вагу при відборі персоналу та прийомі на роботу, а також у процесі професійної діяльності.

Існування кодексу корпоративної етики є досить корисним для самої організації, хоча одне його існування не є гарантом для діяльності організації або її працівників, спрямованих на шкоду інтересам іншим (населенню, державі, навколишньому середовищу тощо). Однак здебільшого в кодексах корпоративної етики є достатньо позитивних аспектів: по-перше, наявність кодексу сприяє новому осмисленню свого місця, ставлення до себе, іншого члена колективу, суспільства в цілому; по-друге, кодекс завжди відкритий для обговорення його недоліків та досягнень, що сприяє його удосконаленню; по-третє, він є певним «навіюванням» уявлень про відповідальність та моральні якості, необхідні для професійної діяльності; по-четверте, кодекс є документом, положення якого виключає або забороняє діяльність, що суперечить йому; по-п'яте, кодекс є певним критерієм дотримання моральних норм і принципів, що віддзеркалюються в діяльності організації. Крім того, особливістю кодексу корпоративної етики є здатність до побудови моральної атмосфери (за умови дотримання правил та цінностей).

Кожна людина, приєднуючись до соціального середовища, стає більш своєрідною та самобутньою. Так, російський мислитель І. А. Ільїн, вказуючи на різницю між людьми, зазначав, що в принципі без такої різниці неможлива ніяка суспільна побудова, маючи на увазі індивідуальні якості та соціальний статус

людини, підкреслював, що ці різновиди можуть як збігатися, відповідати один одному, так і розходитися [1]. Потрібно враховувати також те, що найголовніше для людини – це приналежність до суспільства собі подібних. Обставини життя людини з давніх-давен склалися таким чином, що їй було передбачено співробітництво з іншими людьми. Разом з тим, у процесі взаємодії індивідів та ускладнення соціальних зв'язків на певному етапі суспільного розвитку у взаємовідносинах одночасно зі співпрацею стали проявлятися суперництво, конкуренція, психологічна несумісність, протилежність інтересів та вибір засобів досягнення цілей. Загострення цих суперечностей призвели до активного протиборства та конфліктів.

Людина, володіючи розумом і здатністю до самоусвідомлення, більшою мірою вільна у виборі напрямку своєї діяльності, може регулювати свої відносини. Будучи потенційно раціональною, вона рахується з писаними та неписаними правилами поведінки, які вона засвоює в процесі соціалізації, «приєднання» до досягнень культури. Тому, окрім загальних правил поведінки, значна частина кодексу корпоративної етики присвячується «нагальним» питанням: дискримінації співробітників за різними ознаками, нагородженню співробітників іншими особами з метою отримання преференцій (торкаючись таких проблем, організація або колектив певним чином дає персоналу певні рекомендації стосовно подібних ситуацій та шляхів їх вирішення). Закладаючи підґрунтя для морального розвитку «людського фактору», організація (колектив) створює умови для стабілізації морального клімату колективу та успішного функціонування бізнесу.

Безумовно, що для кожної організації потрібні свої власні методи, підходи у виробленні моральних норм та цінностей організації (колективу), тому можна виокремити такі засоби, які є прийнятними у провідних компаніях світу:

1. Створення комітетів з етики (керівники, які є своєрідною «совістю» організації, вирішуючи межові етичні питання).

2. Проведення соціальних ревізій (звіт перед спільнотою згідно з програмою соціальної відповідальності, про етичність ведення професійної діяльності, прийняття рішень та взаємовідносин у організації).

3. Навчання співробітників етичній поведінці (спеціальні курси, що підвищують професійну культуру і готують до моральної відповідальності та моральних наслідків дій), наприклад, у деяких зарубіжних країнах існують спецкурси з етики бізнесу, їх мета полягає в оволодінні слухачами моральними переконаннями, які б сприяли розвитку професійних знань не на шкоду, а на благо суспільства; зробити етичний аспект невід'ємною частиною кожної дисципліни.

4. Особистий приклад керівника (оскільки керівник, зазвичай, є моральним лідером колективу, що особливо вагомо у вирішенні конфліктних ситуацій) [7].

Але варто зазначити, що корпоративна етика має і негативний аспект, як і більшість речей у сучасному світі. По-перше корпоративну етику досить часто «підміняють» жорстким «етикетом», який полягає в стилі одягу, формі спілкування, відвідуванні спільних корпоративних заходів тощо, що «начебто» сприяє формуванню «корпоративного духу», але, на жаль, це не завжди стосується корпоративної етики. Адже, як було зазначено вище, корпоративна етика є способом

самоорганізації, системою взаємоузгоджених норм, правил, цінностей. Сучасна моральна ідеологія суспільства завбачає, що ніяке благо не може бути нав'язане людині без її власної волі. А індивідуальні уявлення, що таке добро і що таке зло, можуть суперечити один одному, що перешкоджає формуванню уявлень про загальні норми і цінності, без яких просто не можлива спільна діяльність.

Досить важливим моментом кодексів корпоративної етики є те, що завбачаючи ціль допомогти співробітнику організації поводити себе етично, уточнюючи та пояснюючи, як ці чи інші принципи діють у безпосередній діяльності організації, вони фактично не є моральними кодексами, оскільки жодна людина або група людей не може в наказовому порядку чинити морально або аморально. В деяких кодексах перераховуються законні вимоги до співробітників організації, які потрібно знати; в інших – конкретні вимоги про недопустиму поведінку та методи діяльності тощо.

Однак етичні кодекси організацій, ґрунтуючись на загальних моральних принципах, є не просто механічними вивченими правилами, а насамперед тим, як ці моральні норми і принципи виникли та як вони реалізуються в процесі професійної діяльності. Лише в такому випадку співробітники можуть слідувати кодексу, дотримуватися певного способу мислення, особливо в конфліктних ситуаціях, а також у ситуаціях, які не передбачені кодексом організації. В ідеалі кожний співробітник тієї чи іншої організації має розуміти моральні принципи так само, як і характер своєї професії чи організації, тобто кожна людина має для самої себе з'ясувати шляхом об'єктивного усвідомлення тих моральних принципів і норм, з якими вона зіштовхується і які зобов'язана виконувати в професійній діяльності.

У подібній ситуації потрібно звернути увагу на принципи і норми, які не чітко усвідомлені та виконуються за певними мотивами, що відповідають класифікації американського психолога Лоренса Кольберга, який наголошує на існуванні трьох рівнів розвитку моральних суджень: доконвенційний (мотивом виконання поведінки є страх покарання); конвенційний (схвалення групи); постконвенційний (принциповий – особистісні моральні принципи (незалежно від їх суспільної ваги): страх покарання (що сягає давнини і спрямований насамперед на задоволення потреби у безпеці (представлений в релігійних вченнях світу); страх осуду (страх бути оговореним, осудженим тією групою, з якою себе співвідносить та орієнтується на її ціннісні ідеали); професійна приналежність (страх виключення, вигнання зі співтовариства за невиконання професійних етичних норм).

Тому основним ресурсом корпоративної етики будь-якої організації є: 1) добровільна ініціатива; 2) всезагальна етична відповідальність; 3) повага до особистісних етичних норм співробітників, що у свою чергу ґрунтується на таких аспектах: 1) діалогічність і максимальна прозорість процесу розроблення та введення корпоративної етики в компанію; 2) добровільність прийняття етичних принципів та норм співробітниками; 3) рівність усіх співробітників у виконання тих етичних норм, що є домінантними в організації.

Таким чином, корпоративна етика є ключовим елементом, стрижнем, що об'єднує людей – учасників виробничого процесу в організації в єдиний соціальний організм і людське співтовариство. Під дією корпоративної етики діяльність членів



організації (колективу) організовується не під впливом наказів та компромісів, а насамперед за рахунок внутрішньої згуртованості, поєднання орієнтирів і прагнень співробітників, що сприяє єдності світогляду та ціннісних засад. Корпоративна етика виступає своєрідною формою суспільної свідомості, яка притаманна як найманим робітникам, так і підприємцям, яких поєднують спільні цілі в їх професійній діяльності. Саме впровадження корпоративної етики в діяльність організацій дозволить удосконалити сферу корпоративного управління та запобігти виникненню різноманітних конфліктів у професійній діяльності.

Література:

1. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества / Р. Инглхарт // Политические исследования. — 1997. — № 4. — С. 11.
2. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. — М., 2002. — 572 с.
3. Колпаков В. К. Корпоративная культура и человек / В. К. Колпаков // Персонал. — 2002. — № 2. — С. 39—41.
4. Корпоративная культура в современных условиях // Дафт Р. Л. Менеджмент. — СПб., 2000. — С. 105—109.
5. Корпоративная культура и корпоративная этика // Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов. — М., 2000. — С. 92—120.
6. Печчеї А. Человеческие качества / А. Печчеї. — М. : Дело, 2000. — С. 106—107.
7. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. — СПб., 2001. — 416 с.
8. Фукуяма Ф. Доверие / Ф. Фукуяма. — М., 2005 — 256 с.
9. Шихирев П. Н. Возможна ли этика бизнеса? / П. Н. Шихирев // Общественные науки и современность. — 1997. — № 6 — С. 23.