

І. Б. Івасів, канд. екон. наук, доцент,
докторант кафедри банківської справи,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

ДІЛОВА ЕТИКА В БАНКІВСЬКОМУ БІЗНЕСІ

В роботі розглянуто сутність ділової етики, її зв'язок з корпоративною соціальною відповідальністю та вартістю банку. Зроблено висновки щодо примату інтересів зацікавлених сторін в процесі прийняття управлінських рішень в банку та дано рекомендації щодо проведення аналізу зацікавлених сторін

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ділова етика, корпоративна соціальна відповідальність, зацікавлені особи, вартісноорієнтований банківський менеджмент.

Зараз ми спостерігаємо, як провідні українські банки приймають на озброєння концепцію вартісноорієнтованого менеджменту, який постулює зростання вартості компанії в якості основної мети для його управлінців. У цьому зв'язку проблеми етики бізнесу та соціальної відповідальності, що в останнє десятиліття гостро постали перед банками розвинутих країн і на думку деяких дослідників перетворились на справжню одержимість [1, с. 6], становлять особливу актуальність для вітчизняних банків. Зазначеним проблемам були присвячені деякі наші попередні роботи, де було доведено, що соціально відповідальні банки отримують низку конкурентних переваг, породжених їх етичною поведінкою. Разом з тим, у них залишились нерозкритими питання щодо зв'язку корпоративної соціальної відповідальності та ділової етики, місця останньої в концепції вартісноорієнтованого банківського менеджменту. Слід, також, відмітити практичну відсутність в Україні спеціальних досліджень у царині етичності банківського бізнесу та його впливу на результативність системи управління банківською діяльністю.

Інтерес до ділової етики зростає з кожним роком вже на протязі чотирьох десятиліть. Водночас дехто досі не переконаний, що вони та їх компанії зобов'язані відповідати на соціальні потреби. Деінде побутує переконання, що термін «етика бізнесу» — оксюморон, тобто набір взаємовиключних понять. Сучасні дослідження, зокрема, Р. Сімза, М. Пава та Д. Крауша, Р. Френсіса, С. Стрейндж, Ф. Котлера та Н. Лі, Х. Ф. Ор та М. Нотона доводять, що таких осіб стає дедалі менше.

Не секрет, що діяльність банків у минулому була простішою і зрозумілішою: інвестори надавали кошти для початку діяльності, вкладники забезпечували банк ресурсами, клієнти придбавали банківські продукти, не маючи особливої можливості вибору, працівники забезпечували функціонування бізнес-процесів. У нинішньому суспільстві банки стикаються з складнішим станом речей. Громадськість розуміє, що сьогоднішня банківська фірма значно еволюціонувала і перестала виражати винятково інтереси засновників, їх сімей, або навіть групи власників. Ключем до успіху банку двадцять першого століття є його стратегія, яка ґрунтується на повазі до зацікавлених осіб (stakeholders), що мають свої вимоги, права і обов'язки і все більше зацікавлені в етичності бізнесу.

Етика — це філософський термін, що походить з грецької мови і буквально означає характер або звичай. А. Шостек визначає етику, як «теорію моралі» [2, с. 9]. Відповідно, етична поведінка — це загальноприйняте моральне «добре» чи «правильне» на протипагу «поганому» і «неправильному».

Для кращого розуміння етичності банківського бізнесу розглянемо взаємозв'язок між етикою і моральністю. В нашому розумінні, *етика* — це дисципліна, яка має справу з тим, що є добрим і що поганим, а також з моральними обов'язками та зобов'язаннями. Виходячи з дефініції Шостака, етика також може бути трактована як сукупність моральних принципів. *Моральність* — це система моральної поведінки, тобто таких вчинків, що пов'язані з правильністю чи неправильністю в поведінці. Отже, етика і моральність є доволі близькими за значенням терміни, якими описують чесність, справедливість, а також поведінку в бізнесі. Саме поведінка в бізнесі, на наше переконання, є ключовою проблемою, на яку слід звернути основну увагу, розглядаючи ділову етику.

Американська енциклопедія «Колумбія» дає визначення ділової етиці, як «вивчення і оцінка управлінських рішень бізнес-структурами відповідно до моральних концепцій і справедливості¹», й відзначає, що коло етичних проблем бізнесу доволі широке і включає від обов'язку компанії бути чесними з її клієнтами, аж до філософських і соціальних питань, як то відповідальність за збереження довкілля та захист прав персоналу [3, с. 7711]. Таким чином, ділову етику (етику бізнесу, бізнес-етику)

¹ Цікаво, що слово «judgments», яке ми в даному випадку переклали як «справедливість» має також значення «праведність» і «Божий закон», тобто носить теологічний відтінок

можна визначити як сукупність моральних принципів і норм підприємницької діяльності.

Незважаючи на підвищений інтерес до проблеми етичності бізнесу, наразі навколо цього поняття створено чимало міфів. Розглянемо найпоширеніші.

1. Ділова етика завжди індивідуальна. Цей міф вважає, що індивідуальна етика заснована на особистій або релігійній вірі і що лише наодинці з власною совістю можна вирішити, що є правильним, а що неправильним.

2. Ділова етика і етика не поєднуються. Цей поширений міф вважає, що ділові методи в основному аморальні, оскільки бізнес-структури діють на вільному ринку. Цей міф також заявляє, що менеджмент ґрунтується на науковому, а не релігійному або етичному принципах.

3. Ділова етика — це більше справа релігії, ніж менеджменту. Наріжний камінь цього міфу — це віра, що зміна людських цінностей або людських душ не є метою етичних програм компаній — цінності менеджерів перебувають з ними в конфлікті.

4. Ділова етика відносна. Цей міф вважає, що ніякого правильного чи неправильного способу, віри або дії не існує. Поняття правди чи неправди залежать від того, хто їх оцінює.

5. Хороший бізнес означає добру етичність. Якщо особи і компанії підтримують здоровий корпоративний імідж, практикують прекрасну і справедливую роботу, заробляють доходи законними засобами, то вони де-факто можуть вважатись етичними [4, с. 47].

6. Ділова етика — це все ще примха або дисципліна, що підтримується голосами виборців, філософами, вченими і богословами. Багато хто вірить, що ділова етика — це примха, яка мало пов'язана з діяльністю компанії.

7. Ділова етика є зайвою, так як вона лише підтверджує очевидне: «Робити добро!» Ті, хто підтримує цей міф вірять, що корпоративні кодекси етики і етичні норми зайві, тому що вони приписують те, до чого кожен повинен природно прагнути.

8. Етика не може управлятися. Деякі скептики не вірять, що можна управляти цінностями.

На нашу думку, етика банківського бізнесу розглядає добрі і погані вчинки, правильну і неправильну поведінку посадових осіб та банківських інституцій у контексті їх ділової діяльності. При цьому потрібно розрізнити дві складових ділової етики, а саме нормативну і описову етику. Кожна з них розглядає різні аспекти.

Нормативна етика пов'язана пропозицією і підтвердженням цілісної моральної системи мислення та прийняття рішень. Нормативна етика намагається запропонувати, вдосконалити і виправдати основні моральні принципи, які призводять до конкретних дій та вчинків. Нормативну ділову етику, таким чином, ми можемо визначити як сукупність принципів, призначених для того, щоб розрізняти етичні та неетичні вчинки в контексті банківського бізнесу. Нормативна етика націлена на встановлення норм або стандартів, якими провадиться або оцінюється банківський бізнес.

Описова етика направлена на дослідження, опис, характеристику, вивчення етичності людей, організацій, культури або суспільства. Вона порівнює і протиставляє різні системи моральних правил, методів, вірувань, цінностей.

Відмінність між нормативною і наглядною етикою доволі принципова і важлива при практичному розв'язанні етичних проблем бізнесу. Описова етика мотивує спостерігати і робити висновки з реальних вчинків представників банківського бізнесу і окремих банків, але при цьому вона «...не прагне вирішувати, що є морально добре, а що погане і чому. Її цікавить тільки те, що в даному середовищі вважають добрим і злим і як ці погляди впливають на діяльність людини» [2, с. 23]. Отже, нормативна етика вимагає більших внутрішніх моральних спонукань, так як часто певні вчинки та дії не можуть бути видимими для зацікавлених осіб. Цей висновок є принциповим для дослідження корпоративної соціальної відповідальності, яку часто трактують як практичне втілення ділової етики.

Протилежністю ділової етики є неетична поведінка чи неетичний вчинок. Взагалі, вчинок є основним матеріальним предметом етики і означає «свідоме і добровільне діяння людини» [2, с. 29]. Неетичну поведінку можна визначити як таку, що має небезпечний вплив на інших, морально неприйнятне для більшості громади.

Існує кілька основних рівнів, на яких можуть виникнути етичні проблеми: індивідуальному (особистому), організаційному, галузевому, суспільному і міжнародному.

Етичні виклики особистого характеру зустрічаються доволі часто. Для прикладу, чи повинен я сказати касиру, що він дав мені зайву решту? Чи треба сповістити банк, що він помилково зарахував мені кошти на мій картковий рахунок? В дійсності, перед прийняттям рішень кожен індивід зважає свої вчинки з власними етичними мотивами та стандартами.

На організаційному рівні ті ж самі індивіди, але вже в ролі фаворитів чи менеджерів, також протистоять схожим етичним проб-

лемам. Однак ці проблеми можуть нести серйозні наслідки для репутації банку, його корпоративної культури. Наприклад, чи повинен я застосовувати неетичні методи для того, щоб забезпечити ефективність свого структурного підрозділу чи банку в цілому? Чи можу я прийняти подарунок або грошову винагороду за укладання великого контракту від імені банку? При виникненні етичної проблеми на організаційному рівні працівники повинні зважувати свої дії з політикою компанії, кодексом етики, розробленими і рекомендованими процедурами. Перші подібні документи почали запроваджуватись ще у середині 80-х років минулого століття. Перший корпоративний етичний кодекс приписують американській компанії General Dynamics. У 1991 р. у США на федеральному рівні було прийнято рішення, що уповноважувало суддів знижувати штрафи компаніям, які слідують етичній поведінці і підвищити їх тим, хто таку поведінку не практикує. Це викликало справжній бум так званої «етичної індустрії», поширення нормативних корпоративних документів, присвячених діловій етиці, виникненню такого феномену, як «соціальний аудит».

Індивід та організація впливають і на ділову етику на галузевому рівні, коли має місце зіткнення ділових інтересів та совісті. На галузевому рівні фахівці часто звертаються до відповідного статуту чи кодексу їх професійної асоціації. В Україні подібний документ під назвою «Моральний кодекс банкіра», який вмістив 10 чеснот українського банкіра, було прийнято ще у 1999 році, однак ця подія не набула особливого розголосу [5, с. 5—7]. Насправді, подібна практика доволі поширена, хоч як правило ініціюється мікрорівнем. Так, влітку 2001 р. група з 14 фінансових компаній Уолт-Стріту ухвалила набір етичних норм для галузі, що включає такі проблеми, як достовірність інформації, що оприлюднюється, доходи керівництва, частка акцій, якими воно володіє.

На суспільному і міжнародному рівнях етичність поведінки визначається законодавством, нормами, традиціями конкретного суспільства. Так, наприклад, ділова практика, прийнятна в Україні чи Росії може вважатись аморальною у Норвегії чи США і навпаки. Однак навіть у таких випадках особисто менеджери та банки можуть вносити високі стандарти поведінки. В останні роки зроблено спроби запровадження міжнародних стандартів етичної поведінки бізнесменів, найбільш відомими з яких є «Принципи бізнесу», або «Декларація Ко», прийнята в 1994 р. у швейцарському місті Ко. На нашу думку, з перелічених рівнів, що стикаються з моральними проблемами, основними нам видається індивідуальний та організаційний рівні.

Цікавою проблемою є зв'язок ділової етики з законом. На нашу думку, етична поведінка передбачає вищі стандарти поведінки, ніж це передбачено законом. Закон є втіленням етичних норм суспільства і мінімальними стандартами поведінки. Отже, коли банківський працівник чи сам банк порушує закон чи нормативний документ, він чинить неетично. Крім того, може мати місце певний часовий проміжок між виникненням етичної проблеми та реакцією на неї органів влади чи банківських регуляторів. Соціально відповідальні менеджери не повинні в таких випадках користатись ситуацією і застосовувати заходи перед тим, як це зроблять владні органи.

На жаль, не існує універсального набору стандартів етичної поведінки в банківському бізнесі. Етика банку залежить від етики суспільства, в якому він існує. Тому у випадку етичних проблем працівники банку повинні зважати на наявні соціальні стандарти, що підходять до їх ситуації, а при прийнятті рішень скористатись кількома теоріями.

Утилітарна теорія зосереджується на суспільних наслідках, до яких призводять конкретні вчинки. Вчинки розглядаються як етичні, якщо їх наслідки для кожного зачепленого цими вчинками є більшими, ніж ті, які були б досягнуті іншими вчинками.

Банки, які дотримуються *теорії справедливості*, акцентують увагу на діях, які є справедливими і неупередженими. Вони не розглядають дії менеджменту як такі, що є вигідними, якщо в результаті буде допущена несправедливість про відношенню до інших.

Теорія прав звертає увагу на пошану людських прав, наприклад, права на свободу сумління, конфіденційність, статеву рівність тощо. Також, вона декларує, що право на власність внутрішньо обмежена. Наприклад, право власності на актив передбачає від власника утримуватись від шкідливого його використання.

За відсутності єдиних стандартів та розмитість суспільного бачення моральності оцінити етичність банківської фірми доволі важко. М. Пастін виділяє чотири принципи етичної компанії:

1. Вони знаходяться у взаємодії із внутрішніми і зовнішніми групами зацікавлених осіб. Основне правило таких компаній: робити добро своїм зацікавленим особам задля власного добра компанії.

2. Вони пов'язані з чесністю. Їх основні правила визначають, що інтереси інших осіб враховуються як їх власні.

3. Соціальна відповідальність визначається більше індивідуальною, ніж колективною. Ці компанії розробили кодекс правил, за якими індивідууми відповідальні перед самими собою.

4. Вони розглядають свою діяльність в рамках певних цілей. І ці цілі пов'язують компанію з зовнішнім оточенням [6, с. 35].

Як видно, принципи Пастіна увібрали у себе усі згадані нами вище теорії, але особливо помітний їхній акцент на теорію прав. Саме у теорії прав знаходяться витoki *моделі зацікавлених осіб* (*stakeholders model*), згідно з якою сучасні компанії стали настільки сильними, що жодна з груп інтересів не може домінувати при визначенні стратегічних цілей окремої фірми.

На наше переконання, стратегія сучасного банку повинна спробувати об'єднати інтереси різних груп зацікавлених осіб, а всі управлінські рішення мають бути направлені на задоволення їх вимог у відповідальний спосіб. При цьому банк має зробити наступні кроки:

- 1) виявити зацікавлених осіб;
- 2) зрозуміти вимоги зацікавлених осіб як таких, що можуть не збігатись з інтересами менеджменту банку чи його акціонерів;
- 3) примирити ці вимоги і призначити пріоритети для них;
- 4) скоординувати вимоги зацікавлених осіб з іншими елементами стратегії банку.

Для аналізу зацікавлених осіб ми за допомогою табл. 1 представили основних зацікавлених осіб банку (лівий стовпець), а також визначили їх основні цілі (правий стовпець), які в процесі самого аналізу можуть бути більш деталізовані.

Таблиця 1

**РОЗУМІННЯ ОСНОВНИМИ ГРУПАМИ ЗАЦІКАВЛЕНИХ
ОСІБ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БАНКУ**

Групи зацікавлених осіб	Вимоги зацікавлених осіб
Акціонери	Участь в розподілі прибутку; додаткові пропозиції акцій; право голосування; ревізія звітності; продаж акцій; вибір ради банку; додаткові права, визначені статутом банку
Працівники	Економічне, суспільне і психологічне задоволення на робочому місці. Свобода від свавільної поведінки посадовців банку. Участь у додаткових прибутках, свобода професійних об'єднань. Участь у укладенні колективного договору. Відповідні умови праці
Клієнти	Відповідна якість обслуговування; достатній стандарт банківських продуктів
Вкладники, кредитори	Безпека вкладених коштів. Вчасна і точна виплата відсотків. Визначений пріоритет в період ліквідації банку
Профспілкові об'єднання	Офіційне визнання в якості агента для ведення переговорів на користь працівників

Групи зацікавлених осіб	Вимоги зацікавлених осіб
Конкуренти	Можливість спостерігати норми конкурентної поведінки, встановленої суспільством і банківською системою. Наявність рівних умов для конкуренції.
Органи влади	Податки. Вірність принципам публічності в діяльності, чесної і вільної конкуренції
Місцеві громади	Роль банку як здорового та продуктивного члена громади. Участь працівників у суспільних справах. Забезпечення робочими місцями. Підтримка місцевого самоуправління. Участь і підтримка культурних і добродійних проектів
Суспільство	Забезпечення збереженості коштів суспільства. Розвиток сучасних технологій банківського бізнесу. Справедливі ціни на банківські продукти. Великий асортимент фінансових продуктів. Участь у суспільних добродійних акціях. Корпоративна філантропія

Аналіз зацікавлених сторін має велике значення для утвердження етичних принципів у діяльність банку. Ми вважаємо, що сучасний менеджмент зараз знаходиться в процесі відходу від *моделі акціонерів*, яка проголошує максимізацію прибутковості акціонерів головною метою управління, саме до утвердження необхідності врахування інтересів усіх суспільних груп, з якими банк взаємодіє чи стикається в процесі своєї діяльності. Тільки такий підхід у сучасних умовах дозволяє банкам залишатись конкурентоздатними. А корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є одним із інструментів, за допомогою якого банки балансують між інтересами різних груп зацікавлених осіб і, в кінцевому підсумку, домагаються максимізації ринкової вартості банку.

Але чи можна вважати поняття корпоративної соціальної відповідальності тотожним діловій етиці? Визнаючи, що КСВ зараз стало однією з бізнес-стратегій банків, тобто стратегії, яка дозволяє банкам заробляти гроші, це питання можна перефразувати таким чином: чи утвердження етичних принципів автоматично підвищує вартість банку? Відповідь на дане питання буде далеко не однозначним.

На нашу думку, КСВ є проявом ділової етики, але сутність останньої значно ширша. І тут нам потрібно повернутись до нашого визначення відмінностей нормативної і описової етики. Нормативна етика передбачає, що суб'єкт чи організація свої вчинки зважує відповідно з певним моральним імперативом, який не за-

лежить від кон'юнктури. Описова етика спирається на певні прецеденти. Наприклад, якщо більшість банків у своїй рекламі дають неповну інформацію про вартість власних кредитних програм для фізичних осіб (на кшталт: «...лише за 206 у.о. у місяць»), фактично дезінформуючи споживача, то подібна практика може вважатись нормальною, або навіть загальноприйнятим на певному ринку (в нашому випадку це ринок України). Але в сенсі нормативної етики такий підхід є абсолютно неприйнятний для керівника. Таким чином, якщо суспільство не висуває вимог до тих чи інших етичних аспектів діяльності банківського бізнесу, то впровадження банком строгих норм ділової етики за таких умов, теоретично, навіть здатне зашкодити конкурентоспроможності банку. Якщо ж суспільство турбується етичними принципами і має інструменти впливу на бізнес, неетичні вчинки посадових осіб та банківських інститутів загрожують їх значними фінансовими проблемами.

В Україні низька прозорість банківської системи, монополізація засобів масової інформації, переконання більшості членів суспільства, що основним мірилом успіху є матеріальні блага не дозволяють діловій етиці серйозно впливати на вартість банку. Разом з тим, впровадження концепції корпоративної відповідальності у вітчизняну банківську практику виглядає доволі перспективним, хоч ми повинні прийняти той факт, що КСВ певний час буде лише ерзацом ділової етики у її нормативному розумінні.

Сучасні банки повинні бути фінансово успішними і, водночас, соціально відповідальними. Їх менеджмент має піклуватися про соціальну відповідальність. Відмова ж від соціальної відповідальності і етичної поведінки за сучасних умов може призвести до їх нездатності підтвердити конкурентні переваги своїх банків.

Література

1. *Sims R.* Ethics and corporate social responsibility: why giants fall. — Praeger Publishers, 2003. — 322 p.
 2. *Шостек А.* Бесіди з етики / Пер. з польськ. С. Рудович. — Львів: Свічадо, 1999. — 120 с.
 3. The Columbia Encyclopedia, Sixth Edition. — Columbia University Press. New York. 2004.
 4. *Stone C. D.* Where the Law Ends. — New York: Harper, 1975.
 5. Моральний кодекс банкіра: Додаток до Енциклопедії банківської справи України. / Національний банк України. Інститут незалежних експертів. 1999. 7 с.
 6. *Pastin M.* The Hard Problems of Management: Gaining the Ethics Edgeю — San Francisco: Jossey-Bass, 1986.
- Стаття надійшла до редакції 11.04.06