

М.-М. В. Любива, студентка, ОР "Магістр"
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Володимирська, 60, м. Київ, 01033, Україна
messalina1856@gmail.com

ПРОБЛЕМА ІНТЕГРАЦІЇ ПОЛІВ GENDER STUDIES ТА ДІЛОВОЇ ЕТИКИ

Ділова етика – це розділ прикладної етики, який досліджує етичні принципи та моральні проблеми у сфері бізнесу або спровоковані нею. Як і інші галузі прикладної етики, ділова має як описовий, так і нормативний елемент. У своїй описовій функції ділова етика найчастіше пов'язує роботу світу бізнесу з процесами ринків, економічним зростанням, прибутком, технологічними досягненнями, а також практикою організації та управління. У своєму нормативному використанні справа ділової етики полягає у дослідженні структур, політики та принципів, які лежать в основі часто прийнятих як належне описових аспектів ділового світу та пов'язаної з ними поведінки окремих осіб та організацій.

Гендерне питання у діловій етиці також має описові і нормативні аспекти. Описові аспекти намагаються відобразити реальну ситуацію і досвід жінок у світі бізнесу, а також показати весь спектр нерівності і несправедливості, від яких страждали і продовжують страждати жінки. Нормативні аспекти намагаються розкрити загальноприйняті принципи і цінності і пропагувати стратегії і політику, спрямовані на усунення нерівності жінок в різних сферах бізнесу. Як і в інших галузях прикладної етики, фемінізм вплинув на зміну ділової етики як з точки зору охоплення проблем, так і з точки зору методів їх вивчення. Феміністські теорії спровокували дві ключові зміни в діловій етиці: розширення дискусії від гноблення жінок до гноблення всіх маргіналізованих/міноритарних груп і поширення гендерних питань на глобальний контекст [3].

Хоча дискусії про бізнес і про те, як він працює, ведуться вже дуже давно, інтерес до ділової етики як окремої галузі досліджень значно зріс з моменту її появи в 1970–1980-х роках. Ранні підручники з ділової етики містили глави, що охоплюють такі теми, як моральний статус і відповідальність корпорацій, капіталізм і соціалізм (і пов'язані з ними теми права власності та структури вільного ринку), права працівників та обов'язки роботодавців, реклама, корпоративне управління та навколишнє середовище. Спочатку статті в цих розділах рідко включали обговорення значущості гендеру для цих тем. В діловій етиці, як і в прикладній в цілому, проблеми значилися як гендерно нейтральні, оскільки вважалося, що питання про те, чи були персонажі чоловіками або жінками, не має відношення до аналізу. Гендер згадувався лише шляхом включення прикладів щодо поведінки жінок у стереотипних ролях або в обговоренні процесів морального обґрунтування щодо діяльності в приватній сфері, в якій домінують жінки, де дії розглядаються як природні, особисті та добровільні. В ранній літературі з ділової етики було відсутнє будь-яке розуміння того, як гендерні норми могли вплинути на дискусії про справедливість, права або чесноти в теорії моралі, а також про права та обов'язки працівників, корпорацій або рекламодавців і споживачів в діловій етиці. Проілюструвати це можна на проблемі реклами, де теми можуть включати обговорення відповідальності за продукт, практики продажів або створення та маніпулювання бажаннями споживачів, але без згадки про роль жінок чи сексизму в ре-

кламі або етичні наслідки використання такого роду зображень для стимулювання продажів.

Наразі в журналах з ділової етики висвітлюється вплив глобалізації на працюючих жінок, а також ряд питань про те, як поліпшити, а не ставити під сумнів роль жінок та їх взаємодії з глобальними підприємствами та інституціями. Існують дослідження кодексів поведінки та їх впливу на поліпшення умов для працюючих жінок у всьому світі. Існує література про перешкоди, з якими стикаються жінки-керівниці і менеджери, коли феномен скляної стелі проявляється по-новому у світовій економіці. Існує також література про перешкоди, пов'язані з відсутністю у жінок доступу до зразків для наслідування мереж влади та впливів у світі багатонаціональних корпорацій. З такого роду дискусій про жінок і виникає ряд питань з нормативними наслідками, які, як правило, домінують в основній літературі з ділової етики. Яке значення має ця відсутність доступу до управлінських посад або зразків для наслідування і як це відображається на кар'єрному зростанні менеджерок всього світу? Яку політику і практику можуть розробити організації, щоб змінити досвід ізоляції жінок? Чи є зв'язок між недопредставленістю талановитих жінок у зв'язку з керівництві світових економіки та їх недопредставленістю в провідних бізнес-школах? Як гендерні ролі, які є вкорінені і чітко визначені в конкретних культурах і контекстах, впливають на статус жінок і їх участь в управлінні та громадській сфері в цілому? Чи зберігаються перешкоди для участі жінок у бізнес-системах, навіть незважаючи на те, що їх участь у політичному житті активізувалась? Чи існують політика та стратегії, які можуть допомогти жінкам краще використовувати можливості на глобальному ринку? Чи має глобалізація різний вплив на учасників з різних соціально-економічних і геополітичних груп, що знаходяться в несприятливому становищі? Чи можуть закони на національному або міжнародному рівні сприяти поліпшенню роботи жінок у вимірі статусу, ролей та умов?

З цього останнього питання можна сказати, що глобалізація підриває ідею про те, що закони і політика можуть або повинні обмежуватися тим, що держави роблять в межах своїх кордонів і для своїх власних громадян. На національному рівні такі фактори, як консервативні соціальні норми, відсутність законів про охорону праці, зростання і падіння валютних курсів, високий рівень безробіття, екологічні катастрофи, бідність, політична корупція і громадянські заворушення, можуть сильно вплинути на здатність країни боротися з експлуатацією своїх працівників багатонаціональними корпоративними роботодавцями або з руйнуванням навколишнього середовища через надмірне видобування природних ресурсів великими корпораціями [2].

Такі організації, як Greenpeace, Всесвітній фонд дикої природи, "Міжнародна амністія", працюють над інформуванням громадян і мобілізацією громадської думки таким чином, аби тиснути на транснаціональні корпорації, щоб вони критично ставилися до етичних питань, що лежать в основі їх ділової практики. Все частіше багатонаціональні корпорації дотримуються і

навіть схвалюють законодавство, що регулює їх практику і політику, і використовують це як засіб збільшення своїх продажів і прибутку. Ідея полягає в тому, що обізнаність громадськості про ділову практику робить вигідним для бізнесу показувати, що вони соціально відповідальні. Поряд з цими досягненнями у сфері ділової етики проводиться дослідження ролі міжнародних угод, спрямованих на усунення деяких згубних наслідків економічної глобалізації.

Цей поворот у діловій етиці до міжнародних угод використовує наявний дискурс про права людини, щоб стверджувати, що підприємства мають етичне зобов'язання поважати права людини, викладені в міжнародних документах. Міжнародні документи та кодекси етики, що розробляються в даний час для бізнесу, включають ідеї та події з дискурсу про права людини, який за останні десятиліття розширився і став приділяти особливу увагу правам жінок і праву на розвиток. Включення прав людини в кодекси та угоди про ділові стандарти та поведінку можна знайти в ряді документів. Глобальний договір ООН (United Nations Global Compact) – це ініціатива Організації Об'єднаних Націй, запропонована в 1999-му і розпочата в 2000 році. Він задуманий як контракт, який зобов'язує країни, що підписали його, примирити творчі сили приватного підприємництва з урахуванням потреб знедолених і потреб майбутніх поколінь. Документ підтримує дев'ять універсальних принципів у галузі прав людини, праці та навколишнього середовища, і все це з метою досягнення більш стійкої та інклюзивної глобальної економіки. Це впливає з Загальною декларацією прав людини, Декларацією Міжнародної організації праці основних принципів та прав у світі праці, а також Декларації з навколишнього середовища та розвитку. Документ включає такі пункти, як необхідність для бізнесу "переконатися, що їх власні корпорації не причетні до порушень прав людини", і необхідність дотримання трудових стандартів у бізнесі, спрямованих на "усунення дискримінації щодо зайнятості і роду занять".

Хоча ці події можуть і не сигналізувати про радикальні зрушення, оскільки така мета бізнесу, як максимізація прибутку, все ще передбачається, вони сигналізують про більш всеосяжний і чіткий зв'язок між бізнесом і етикою, ніж це було в ранній літературі. Те-

пер в рамках тих же міжнародних кодексів ділової етики можна знайти списки, в яких зіставляються такі цінності, як "максимізація добробуту для всіх зацікавлених сторін" і "робота в суспільстві вільного ринку", з такими цінностями, як "права людини і соціальна справедливість" і "суспільні блага" [1].

Сучасний контекст глобалізації створював і буде продовжувати створювати проблеми для фахівців з ділової етики. Стандартний набір питань про недопредставленість, дискримінацію та експлуатацію жінок у бізнесі важливий і все ще піднімається. Однак ці питання ускладнюються в результаті проблем всередині фемінізму щодо самого визначення гендеру і похідної від цього необхідності вивести його вивчення за рамки західних норм і припущень про пригнічення жінок. Вони також ускладнюються в глобальному контексті проникних кордонів, які впливають і формують політику і практику бізнесу на робочому місці і в торгових відносинах, а також способами, які часто здійснюють неоднаковий і згубний вплив на жінку. Нарешті, ці питання також набувають нової актуальності у світі, в якому проблеми глобальної економічної кризи, краху фінансових інститутів і ринків, погіршення стану навколишнього середовища і бідності стають все більш поширеними й актуальними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Grosser, K., Moon, J., Nelson, J. A. Guest editors' introduction: Gender, business ethics, and corporate social responsibility: Assessing and refocusing a conversation / K. Grosser, J. Moon, J. A. Nelson // *Business Ethics Quarterly*. – 2017. – 27 (4). – P. 541–567.
2. McCabe, A. C., Ingram, Rh., Conway, M. The business of ethics and gender / A. C. McCabe, Rh. Ingram, M. Conway // *Journal of business ethics*. – 2006. – 64 (2). – P. 101–116.
3. Robin, D., Babin, L. Making sense of the research on gender and ethics in business: A critical analysis and extension / D. Robin, L. Babin // *Business Ethics Quarterly*. – 1997. – 7 (4). – P. 61–90.

REFERENCES

1. Grosser, K., Moon, J., Nelson, J. A. (2017). Guest editors' introduction: Gender, business ethics, and corporate social responsibility: Assessing and refocusing a conversation. *Business Ethics Quarterly*, 27 (4), 541–567.
2. McCabe, A. C., Ingram, Rh., Conway, M. (2006). The business of ethics and gender. *Journal of business ethics*, 64 (2), 101–116.
3. Robin, D., Babin, L. (1997). Making sense of the research on gender and ethics in business: A critical analysis and extension. *Business Ethics Quarterly*, 7 (4), 61–90.

Надійшла до редколегії 01.06.22

M.-M. Lyubivaya, Student of the Department of Cultural Studies
Master's Degree, Faculty of Philosophy
Taras Shevchenko National University of Kyiv
60, Volodymyrska Street, Kyiv, 01033, Ukraine

THE PROBLEM OF INTEGRATING GENDER STUDIES AND BUSINESS ETHICS FIELDS