

ЕТИКА ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ДОТИЧНІСТЬ ЛІДЕРСЬКОЇ СКЛАДОВОЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ УПРАВЛІНЦІВ ТА ПРАЦІВНИКІВ КОМЕРЦІЙНОЇ СФЕРИ (МАРКЕТОЛОГІВ)

Голобородько Тетяна Василівна

ORCID ID: 0000-0002-9289-8932

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування
Криворізький національний університет, Україна

Професійна етика – сукупність моральних норм, що характеризує поведінку людини у професійній сфері, а також галузь етики, предметом якої є визначення і обґрунтування таких нормативних систем. Професійна етика розвивається на основі узагальнення практичної діяльності представників різних професійних груп, що підсумовується у писаних і неписаних кодексах поведінки, а також у формі певних теоретичних висновків [5].

Професійна етика формується під впливом факторів самої професії, від її особливостей. Розглядаючи питання професійної етики публічних службовців варто відзначити, що проведення конкурсу на зайняття вакантних посад державної служби включає проходження тестування (на знання законодавства (для посад категорії «А» та «Б») та на абстрактне мислення (для посад категорії «А»), розв'язання ситуаційних завдань). Також для осіб, які претендують займати посади категорії «А» проводиться співбесіда для визначення відповідності професійної компетентності щодо доброчесності та дотримання правил етичної поведінки [8].

Відтак, усі публічні службовці мають дотримуватися правил етичної поведінки відповідно до визначених положень Наказу НАДС «Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування» від 05.08.2016 р. № 158 [7]. Ці Правила включають обов'язки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування; положення щодо доброчесності; щодо використання службового становища, ресурсів та інформації.

Щодо оцінки діяльності державних службовців, то вона здійснюється з урахуванням показників щодо ефективності та якості, результативності їх діяльності, а саме: виконання посадових обов'язків державними службовцями, дотримання ними правил етичної поведінки та вимог законодавства щодо запобігання корупції, реалізації програм індивідуального професійного розвитку, виконання показників (визначаються у контрактах у разі їх підписання) [6].

Таким чином, особливість професійної етики публічних службовців визначається чинною нормативно-правовою базою.

Розглянемо питання професійної етики працівників комерційної сфери на прикладі маркетологів. Визначено типові проблеми етики в контексті комплексу маркетингу, який включає основні чотири інструменти – товар, ціну, місце (розподіл) та просування [4], які притаманні комерційній сфері (табл. 1).

Таблиця 1

**Типові етичні проблеми у розрізі програми маркетингу (4P)
клієнтоорієнтованої стратегії**

Інструмент	Опис
Товар	Несправна продукція, що шкодить споживачам; інформація на етикетках іноді може бути оманливою; проблема зі сміттям, яку упаковка викликає після її використання; не відкриття продукту; порушення умов гарантії тощо.
Ціна	Етично ціна повинна бути рівною або пропорційною користі, яку отримують споживачі. Інші етичні питання, пов'язані з ціноутворенням, включають нецінове підвищення цін; оманливе зниження ціни; рекламна ціна, яка може вводити в оману (лімітований випуск); «хижацьке» ціноутворення, яке має на меті монопольне становище; дискримінаційне ціноутворення; ціноутворення на продукти відповідно до кількості одиниць; акційні цінові пропозиції (зниження цін), які насправді такими не є; а також використання оманливих методів ціноутворення.
Розподіл	Етичні питання, пов'язані з розподілом, стосуються владних відносин в каналі, що може спричинити етичну проблему. Інші етичні проблеми призводять до таких предметів, як рішення про роздрібну торгівлю, прямий маркетинг, управління постачаннями та каналами. Етичні питання прямого маркетингу - це питання конфіденційності.
Просування	Етичні питання у більшому ступені пов'язані з рекламою та особистими продажами. Етичні проблеми в рекламі можна проаналізувати у двох основних аспектах: зміст рекламного повідомлення та замовник. Взаємозв'язок реклами та етики можна проаналізувати з точки зору переконливості реклами, роздутості та надавання обіцянок, яких неможливо дотриматися.

Норми етичної поведінки компанії визначені етичними засадами та правилами поведінки, прийнятими всередині організації. Існує пряма залежність між високим рівнем етичності маркетингової комунікаційної політики фірми, розумінням місії підприємства й стратегічних шляхів розвитку господарської діяльності. Наявність такої залежності часто є ключовим чинником ухвалення персоналом ефективних маркетингових рішень з погляду самого підприємства та суспільства загалом [3].

Вибір «бути чи не бути етичним» в маркетингу за тим, хто веде бізнес. Однак, варто відзначити той факт, що етичний, чесний, правдивий, відповідальний маркетинг приносить результат тим компаніям, які приходять працювати на ринок всерйоз і надовго. Обман, маніпуляція, дрібне шахрайство, на жаль, також можуть давати ефект у вигляді високих прибутків, але тільки в короткотерміновому часі. Тому для тих компаній, які приходять на ринок з метою довго на ньому працювати питання чесності та етичності не постає, воно є природним та логічним. Натомість для компаній-одноденків питання доброчесності вимірюється кількістю грошей, які вони можуть отримати [4].

Таким чином, відповідальність за етичну поведінку в комерційній сфері покладається на керівників підприємств, організацій, установ (їх лідерів).

Необхідність володіння управлінською майстерністю пояснюється передусім структурованою складністю компетентності сучасного керівника-лідера, адже компетентність сучасного керівника-лідера складається з чотирьох компетентностей (рис. 1).

Прагнення до лідерства є ознакою соціально благополучної та духовно розвиненої людини. Це намагання посісти гідне місце в групі, в колективі, в суспільстві в цілому. Тому не прагнути до лідерства неприродно [2].



Рис. 1. Компетентність сучасного керівника-лідера
дані сформовано з [2]

До особистості лідера пред'являються вимоги щодо його адміністративно-функціональних, комунікативно-управлінських та морально-етичних характеристик (табл. 2).

Таблиця 2

Основні вимоги до особистості лідера [9]

Групи характеристик лідерства	Якості особистості
Адміністративно-функціональні	ініціативність, генератор ідей, компетентність, здібність бачити перспективу у роботі, уміння брати на себе відповідальність за прийняті рішення, наявність організаторських здібностей, прагнення до успіху
Комунікативно-управлінські	комунікабельність, уміння працювати в команді, доброзичливість, гнучкість в спілкуванні з колегами, раціоналізм, послідовність дій, чіткість завдань та формулювання ідей
Морально-етичні	порядність, патріотичність, відповідальність, працьовитість, чесність, сумлінність, старанність, законослухняність, стриманість, коректність, толерантність до всіх працівників.

Етичні лідери встановлюють норми і служать зразком для наслідування в етичній поведінці, приймають етичні рішення в організації, реагують на неетичну поведінку, вказуючи на те, що є прийнятним, а що – ні. Етичне лідерство не представляє собою окремих видів лідерства, а творить певну його грань, акцентуючи увагу на моральних, етичних його складових, які для лідерства є такими, що утворюють сенс. Етичне лідерство в публічній службі – це комплексне явище, яке включає в себе володіння особою-лідером певними моральними якостями та етичними характеристиками, вираз їх в стосунках, діях і поведінці, а також в етичному менеджменті – при визначенні етичних рішень в організаціях публічної служби, виконанні функцій мотивування, організації дії послідовників, ініціюванні етично обґрунтованих групових взаємодій, реагуванні на неетичну поведінку публічних службовців. Одним із найважливіших виявів етичного лідерства є створення належної професійно-етичної організаційної культури, носіями якої виступатимуть етично чутливі публічні службовці [1, с. 39-40]. Ця точка зору є справедливою і для працівників комерційної сфери.

Висновки. Професійна етика в діяльності публічних управлінців та працівників комерційної сфери включає спільні особливості щодо загальноприйнятих норм етичної поведінки та різниця наявності нормативно-правової бази щодо загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування.

Проте, не зважаючи на особливості сфери, в якій зайняті працівники, особливе значення має лідерська складова. Керівник має своїм прикладом етичної поведінки та контролювати дотримання етичних принципів працівниками організації.

Список використаних джерел:

1. Василевська Т., Пятківський Р. Етичне лідерство в публічній службі: смисл і значущість феномену. *Public administration aspects*. 9 (2). 2021. URL: <https://aspects.org.ua/index.php/journal/article/view/865>.
2. Дяченко Н. П. Прогнозні оцінки впливу лідерства на державну службу України. *Публічне адміністрування: теорія та практика*. 2013. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2013_1_27.
3. Кузик О.В. Етика в маркетингових комунікаціях. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 2(1). С. 189-192. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_2%281%29_36.
4. Кушнір Т. М. Методологічні конструкції аналізу маркетингової етики. *Проблеми системного підходу в економіці*. С. 141-147. URL: https://web.archive.org/web/20220802043751id_/http://www.psae-jrnل.nau.in.ua/journal/2_88_2022_ukr/22.pdf.
5. Левицька О. Професійна етика. *Філософський енциклопедичний словник* / ред. В. І. Шинкарук та ін. Київ: Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України: Абрис, 2002. С. 531. 742 с.
6. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015 р. № 889-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text>.
7. Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування: Наказ НАДС від 05.08.2016 р. № 158. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16#Text>.
8. Про затвердження Порядку проведення конкурсу на зайняття посад державної служби: Постанова Кабінету Міністрів України від 25.03.2016 р. № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/246-2016-%D0%BF#Text>.
9. Чечель А. Розвиток лідерських якостей державних службовців як шлях удосконалення компетентнісно-орієнтованої моделі управління персоналом на державній службі. *Університети і лідерство*. 2016. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/univlead_2016_2_10.