

Більшість західних банків, які починають працювати на ринку фінансових послуг України, такий захист мають у своїх національних страхових компаніях.

Розширюється і поглиблюється взаємодія даних фінансових інститутів і в Україні. При цьому визначені процеси в нашій країні відбуваються достатньо інтенсивно, в той час як закордоном досліджувані форми взаємовідносин страхових організацій і банків створювалися десятиріччями. Однак, на жаль, взаємовідносини банків та страхових організацій ще не є достатньо розповсюдженими, особливо стосовно страхових послуг для банків. Поширення вільної конкуренції, стабілізація економіки, поступова лібералізація фінансового ринку дає можливість для поглиблення початих процесів.

До основних тенденцій подальшого розвитку взаємодії банків і страхових організацій в Україні слід віднести: впорядкування законодавства стосовно можливостей повномасштабної взаємодії банків і страхових організацій; організацію банкострахових груп; розробку нових спільних фінансових продуктів; розвиток і зміцнення різних видів партнерських взаємовідносин банків і страхових організацій.

#### Джерела та література

1. Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 року
2. Базилевич В.Д. Страховий ринок України. – К.: Товариство “Знання”, КОО, 1998. –374 с. табл., граф., мал.
3. Близнюк Н. Как банку с помощью страхования Bancassurance можно увеличить свою прибыль?// Банк. –№3. – 2007.
4. Кожевникова И.Н. Страхование и актуарные расчеты// Финансовый менеджмент. – №6. – 2004
5. Лилик О. Bancassurance та перспективи його розвитку в Україні // Вісник Національного банку України. – 2007. – № 2. – С. 32-37: аф.: 2. –Бібліогр.: 17 назв.

#### Шаповал В.М.

### ДІЛОВА ЕТИКА ЯК ОСНОВА СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

#### І. Постановка проблеми

Сьогодні, в умовах інтенсивного розвитку світової великомасштабної, науково-технічної та виробничо-інвестиційної кооперації, яка стирає межі між фінансовими, товарними, виробничими, інвестиційними, інноваційними потоками, та вимагає дотримання єдиних норм і стандартів ведення бізнесу; зростаючої соціалізації цілей світового бізнесу, які формують принципово нові цільові установки для бізнес-організацій: здійснюючи виробничо-господарську діяльність, будь-яка підприємницька структура повинна орієнтуватися не лише на ринкові потреби у високоякісних товарах та послугах, орієнтованих при цьому на споживчий попит, але і на загальнолюдські цінності, реалізуючи таким чином концепцію соціальної відповідальності; підвищення рівня інтелектуального капіталу, який висуває нові вимоги до свого існування та розвитку; виникнення нового типу споживача, рішення якого про здійснення купівлі ґрунтується не лише на якісних характеристиках товару чи послуги, але і на етичній поведінці компанії та акцентуванні нею уваги на соціальних і екологічних чинниках, усе більше зростає увага до соціальної відповідальності підприємництва.

Соціальна відповідальність сьогодні – це діяльність будь-якої бізнес-організації, пов’язана з добровільно узятими на себе соціальними зобов’язаннями відносно зацікавлених груп і суспільства у цілому. А з огляду на те, що соціальна відповідальність включає філантропію, добровільну допомогу, співробітництво з некомерційними організаціями і місцевими співтовариствами, її слід характеризувати як самостійні й етичні зобов’язання бізнес-організацій. Тобто в основі соціальної відповідальності підприємництва лежать принципи ділової етики. Іншими словами, соціальна відповідальність – це ціннісна позиція і цільова настанова, яка виражається в соціальній активності підприємців, підлягає оцінці та визнанню. З огляду на це, *метою* даної статті є дослідження ділової етики як основи становлення соціальної відповідальності підприємництва.

#### II. Аналіз досліджень та публікацій, у яких розпочате вирішення даної проблеми

Проблемами ділової етики переймалися тією чи іншою мірою завжди. Серед зарубіжних досліджень слід виділити, насамперед, праці А. Керолла, А. Маршалла, Ф. Найта, Г. Мюрдала, М. Фрідмена, П. Хейне, Т. Веблена, які присвячені розгляду проблем затвердження соціальної відповідальності у підприємницькому середовищі, тобто затвердження відповідної системи цінностей.

Разом з тим, досить складно виділити праці, які можна було б вважати сконцентрованими лише на вивченні проблем ділової етики. В основному, ми маємо справу з дослідженнями, присвяченими частіше за усе економічним проблемам, у яких питання ділової етики можуть займати провідне місце, але не бути самоціллю.

Доречно зазначити, що і теоретики, і практики, які займаються проблемами ділової етики, дійшли висновку, що в її основі лежать універсальні цінності, які можна знайти в усіх значних світових релігіях. Серед цих цінностей слід виділити такі [1]: чесність і правдивість; обов’язковість і вірність своєму слову;

незаплямованість репутації; повага до оточуючих; готовність прийти на допомогу; справедливість; поміркованість; мудрість і розважливість.

Певною мірою це так. Адже система норм і правил, що склалася сьогодні у сфері бізнесу, формувалася протягом тривалого історичного періоду, разом з розвитком цивілізації, на основі традицій і звичаїв, що виникали і закріплювалися. Саме поняття „етичного ведення справ” виникло ще за античних часів, із встановленням правил і норм торгівлі, виникненням уявлень про важливість дотримання укладених угод тощо.

### III. Виклад основного матеріалу

Сучасна ділова етика або етика бізнесу тісно пов'язана з протестантською етикою. Так, в період Реформації в західноєвропейських країнах відбулися духовний переворот та переусвідомлення праці і багатства. На думку ідеологів того часу Лютера і Кальвіна, праця є не кара, а покликання, призначення людини. Її мета – не спокутування гріха, не спасіння від гріха бездіяльності, а, навпаки, надбання та примноження багатства, накопичення власності, прагнення до прибутку [2, с.139–140]. Саме протестантська віра і практика релігійного життя, на думку М. Вебера, створили морально-психологічні стимули, які спрямували весь життєвий уклад особистості, сформулювали нове ставлення до праці, успіху та багатства [3, с.112]. Разом з тим слід зауважити, що протестантство виступає проти прагнення до багатства як самоцілі. У даному випадку багатство виступає як Боже благословення, як результат виконання свого обов'язку.

Таким чином, зміна ролі праці разом з націленням на фінансовий успіх обумовили трансформацію оцінки ролі власності та багатства у житті людини. Відповідно до протестантської етики, власність не менш важлива, ніж свобода особистості. Саме на цій основі був сформульований один з основних принципів капіталістичного суспільства – недоторканість приватної власності, яка перетворилася у надійний стимул ділової і трудової активності людини, стимул динамічного розвитку суспільного виробництва. Це, у свою чергу, обумовило виникнення таких важливих рис індивіду, як особиста ініціатива, здатність до розумного ризику, готовність самостійно приймати відповідальні рішення і відповідати за свої дії. На перше місце у підприємницькій діяльності вийшла обов'язковість суворого дотримання всіх домовленостей з партнером.

Орієнтація на успіх і прибуток разом з розвитком капіталізму призвели до посилення експлуатації найманої праці. У цей період з'явилися теорії, спрямовані на узгодження моральних принципів і прагнення до максимальної вигоди. Ключовою теорією стала теорія М. Фрідмена, відповідно до якої закон вважається інституціоналізованим виразом моральних норм, тому у бізнесі виправдані будь-які дії, якщо вони не суперечать закону.

У 1924 році Комітет з етики бізнесу при Торговій палаті США вперше розробив національний етичний кодекс „Принципи ведення бізнесу”, в якому було зафіксовано, що в основі бізнесу лежить довіра, яка витікає із справедливих відносин, ефективного надання послуг і взаємної вигоди. Разом з тим підкреслювалося, що моральне виправдання має будь-який бізнес, в якому ділові партнери визнають здійснений обмін еквівалентним [2, с.140].

Усе це сприяло тому, що до середини ХХ століття в США була сформована система соціально-філософських підходів – теорія людських відносин. Набули поширення ідеї соціального партнерства, участі в доходах тощо, які конкретизувалися у комплексі професійних кодексів.

Розвиток промислового виробництва, науково-технічний прогрес внесли значні зміни в ділову етику, зумовили трансформацію моральних вимог, які висуває суспільство до підприємництва. Виникла необхідність підвищувати ефективність господарської діяльності без вилучення максимальної вигоди. У суспільства з'явилися вимоги до посилення соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення зайнятості, охорони здоров'я і навколишнього середовища, ліквідації дискримінації та ін.

Отже, ділова етика – це „вивчення того, яким чином норми особистої моралі узгоджуються з діяльністю і цілями комерційного підприємства. Це не який-небудь окремий, самостійно існуючий моральний стандарт, а вивчення того, як діловий контекст ставить свої унікальні проблеми перед моральним почуттям особистості, яка виступає у якості представника даної системи” [4]. Тобто, ділова етика повинна забезпечувати узгодження моральних і загальнолюдських цінностей з діловими зобов'язаннями, адже саме це дозволяє приймати більшість розсудливих рішень.

Незважаючи на досягнутий рівень узгодження моральних і загальнолюдських цінностей з діловими зобов'язаннями, орієнтирами і регулятивами в підприємницькій діяльності, як підтверджують результати дослідження, виступають різні типи етичних норм.

Так, до першого типу відносяться норми і вимоги, які відповідають принципу утилітарності, відповідно до якого особиста порядність підприємця, його професійна здатність, що виявляються у відповідних формах поведінки, є корисними якостями, якщо вони – запорука його успіху. З цієї точки зору основним поняттям і цінністю є успіх.

В сучасних умовах сутність етики успіху виявляється у наступних характерних особливостях [3, с.113]:

- в орієнтації на морально-позитивну цінність успіху, яка підтверджується суспільним визнанням, та забезпеченістю людини результатами самореалізації своєї особистості;
- в допустимості „морального ризику”, який припускає як можливість перевищення „середнього” рівня порядності у діловій сфері, так і можливість відхилення від моральної норми „вниз”;
- в орієнтації на подолання небезпек і спокус (наприклад, відмова від стереотипів політики і бізнесу як „брудних занять”) та досягнення бажаного успіху в „чесній грі”, у „грі за правилами”;
- у високій оцінці успіху, досягнутого без опори на штучний колективізм, з одного боку, і

гіпертрофований індивідуалізм – з іншого;

- у підпорядкованості етичних норм ідеї служіння „загальному благу”, а не лише благу успішного індивіду.

Безперечно, етичні принципи підприємництва орієнтовані, перш за все, на підтримання і зміцнення основ успішної діяльності, під якою розуміється така діяльність, результатом якої є отримання достатнього прибутку. Відповідно, мораль такої діяльності повинна сприяти підприємницькому успіху і гарантувати його.

Ще однією основою етики успіху може бути принцип „розумного егоїзму”, який передбачає особливу „розумність” етичної поведінки, близьку до „золотого правила моралі”, коли людина, яка чесно дотримується умов контракту, не просто страхується від можливої реакції на її нечесність з боку контрагентів, вона виходить з припущення, що добросовісність є раціональною основою підприємництва як форми людської практики в будь-яких системах професійної діяльності [3, с.113].

Сучасне трактування принципу „розумного егоїзму” передбачає якнайбільше задоволення підприємцями потреб інших індивідів, розширюючи, з одного боку, межі людської співпраці, а з іншого – забезпечуючи певну єдність у суспільстві. Тобто, орієнтовані на успіх підприємці, з позиції „розумного егоїзму”, приречені приносити користь іншим, іноді навіть не маючи прихильності до них, а лише прагнучи виконати своє зобов'язання. Таким чином, раціональна мораль і етика успіху сприяють досягненню рівноваги користі і добра, утилітарного і безкорисливого через приборкання невгамовного прагнення швидкого збагачення та безконтрольної влади. При цьому, окремі принципи і норми (взаємодопомога, солідарність, безкорисливість та ін.) зазнають певних змін, необхідних у відповідних умовах господарювання, а універсальні норми і цінності раціональної моралі лишаються обов'язковими для всіх учасників підприємницької діяльності, незалежно від того, вигідно їм це чи ні.

„Розумний егоїзм” повинен забезпечувати, насамперед, суворе дотримання правил „чесної гри”, оскільки нечесність здатна призвести до короткострокового успіху, але ніякою мірою не забезпечити тривалий успіх, тому що це підриває довіру до підприємця і порушує стабільну і суспільно визнану систему ділового партнерства і конкуренції.

Саме тому, не менш важливу роль в етиці успіху займає принцип відповідальності, сутність якого розкривається через наступні вимоги [3, с.114]:

- чесність і добросовісність у виконанні взятих на себе зобов'язань, яких би фізичних, інтелектуальних і моральних зусиль це не потребувало; неухильне дотримання принципів добросовісної конкуренції, неприйняття і моральне засудження всіх спроб їх порушення або перекручення (недобросовісна реклама, поширення свідомо неправдивої інформації про свій бізнес або бізнес конкурентів, навмисна і корислива дезінформація відносно стану ринку, якості і кількості товарів, що виробляються та реалізуються); несумісність заперечених способів і прийомів поведінки з професійним статусом підприємця;
- висока трудова мотивація, особиста працелюбність і повага до людей праці; орієнтація на постійне вдосконалення здатностей, знань і навичок, необхідних для успішної діяльності; неприйняття і засудження лінощів, паразитизму, дармоїдства та безцільної бездіяльності;
- прагнення до того, щоб результати праці відповідали самим високим вимогам якості; звідси – позитивна моральна оцінка високої кваліфікації, найбільш складних видів праці, що вимагають значного рівня освіти і навичок;
- повага до грошей не як до символу влади, підкорення та джерела егоїстичного задоволення, а як до засобу підтримання і розвитку бізнесу; засобу, який виступає уречевленим виразом результатів праці, її якості та ефективності; як до джерела благодійності, яке дозволяє здійснювати милосердя, цілеспрямоване меценатство, підтримку талантів, культури, релігії, спорту;
- моральне засудження монополізму як найбільш небезпечного порушення принципів вільної і добросовісної конкуренції; моральна і матеріальна підтримка тих, хто в результаті конкурентної боротьби виявляється витісненим з ринку.

Усе вищевикладене дає змогу зробити висновок про те, що етика успіху виступає як система цінностей і норм, які мотивують і регулюють підприємницьку діяльність, орієнтовану на успіх, який досягається завдяки трудовим, професійним, організаційним, фінансовим, культурним та іншим соціально значущим досягненням. Разом з тим, успіх не обов'язково розглядати тільки як особисте досягнення. Сьогодні – це колективний чи корпоративний рівень. Відповідно, як і користь від нього – може бути як особиста, так і суспільна.

Далі, орієнтуючись на високі досягнення, успішний підприємець сприяє зростанню суспільного благополуччя, задоволенню якнайбільшої кількості потреб інших індивідів. Це, у свою чергу, розширює коло взаємозалежності людей, забезпечуючи зв'язок, координацію, взаємну доповнюваність різних видів діяльності, підвищення їх ефективності.

Доречно також відмітити, що успіх, який частіше за все досягається в конкурентній боротьбі, це обов'язок і відповідальність, які, у свою чергу, вимагають від підприємця неупередженості та справедливості. Саме тому моральне значення підприємницьких дій в етиці успіху визначається не тільки і навіть не стільки їх мотивами, скільки суспільно значущими результатами цих дій.

До другого типу моральних орієнтирів у підприємницькій діяльності відносяться вимоги, які

відповідають принципу справедливості. Сутність самого поняття „справедливість” (Дж. Ролз) розкривається через наступні вимоги [3, с.117]. Насамперед, це вимога рівності всіх громадян по відношенню до основних соціальних свобод, тобто так званий принцип рівних можливостей. По-друге, це вимога, щоб відмінності при розподілі благ були обумовлені виключно нерівністю внесків окремих індивідів у збільшення або підтримку сукупності загальних благ (багатства, доходів, влади тощо). До того ж, ця нерівність повинна бути визнана суспільством. Іншими словами, всі люди повинні погодитися з тим, що більше благ має той, хто їх заслуговує більше, ніж будь-хто саме тому, що його внесок у загальне благополуччя збільшує і благо того, хто одержує порівняно з ним менше.

Слід зауважити, що найбільше проблем виникає саме при визнанні цієї нерівності суспільством. Тому для її визнання необхідне відповідне регулювання, яке б дозволяло одержувати необхідні блага найменш забезпеченим членам суспільства. У якості регуляторів виступають соціальні інститути, за допомогою яких розв'язуються етичні протиріччя, що виникають в підприємницькій діяльності. Одним з таких інститутів може бути уряд, який, як відомо, і займається перерозподілом ресурсів, доходів, регулює соціальні відносини у суспільстві. Без підтримки уряду та інших інститутів етика справедливості існувати не може, оскільки буде лише абстрактною характеристикою поведінки ідеальних учасників ідеального договірного процесу, який не має нічого спільного з реальною поведінкою індивідів. Тобто ці інститути слугують гарантом дотримання принципу максимізації суспільної корисності. Разом з тим, статус цих інститутів повинен визначатися їх етичною роллю. В них повинні поєднуватися права і мораль. Таким чином, принцип корисності підпорядкований справедливості, на відміну від утилітаризму, в якому принцип справедливості вважався похідним від принципу корисності.

Отже, моральні орієнтири підприємців визначаються такими принципами, як свобода, відповідальність, обов'язок, честь, гідність, сумління. Особливу роль у підприємницькій діяльності відіграють морально-психологічні чинники, які виступають у якості орієнтирів та регуляторів підприємницької діяльності, зокрема це орієнтація на успіх в його різних проявах, та на справедливість, яка забезпечує в підприємстві відповідні правила. Таким чином, ділова етика або етика бізнесу включає широке коло соціокультурних вимог і принципів. Разом з тим, вона може зазнавати протиріч, які виникають тоді, коли в дію одночасно вступають несумісні вимоги і принципи. Механізм розв'язання цих протиріч міститься в системі відповідних інститутів, у тому числі інститутів влади і громадянського співтовариства.

Усе це дає підстави зробити висновок, що сьогодні ділова етика, або етика бізнесу, перетворилася у складовий елемент загальних умов функціонування бізнесу, який має наукові, соціальні й політичні аспекти, і спирається на загальнолюдські цінності. Підприємці дійшли висновку, що порушення законодавства, невиконання угод, хабарництво, розкрадання створюють лише проблеми; що існуючі природні ресурси обмежені; що екосистема дуже вразлива, оскільки будь-яка зміна у ній спричинює інші, ще більш згубні зміни, яких навіть не очікували. Тобто усі дії людей, у тому числі й пов'язані з бізнесом, обумовлені спільними цінностями. А це у свою чергу свідчить про те, що бізнес-організації повинні враховувати вплив своїх рішень і дій на навколишнє середовище, на своїх працівників, на споживачів, взагалі на населення планети і благополуччя суспільства в цілому. Іншими словами, підприємці повинні брати на себе моральну відповідальність як перед тими, хто у них працює, так і перед тими, хто потрапляє у сферу їх діяльності. Це і є соціальна відповідальність підприємництва.

Таким чином, ділова етика пройшла складний шлях становлення, але, залежно від економічного, політичного, культурного рівня розвитку тієї чи іншої країни, її національних особливостей, продовжує еволюціонувати дотепер. Тому цілком очевидною є відмінність етичних норм у різних культурах і країнах. Ще більш відмінності можна спостерігати між окремими підприємцями усередині будь-якої країни. Незважаючи на це, можна виділити кілька загальних етапів становлення ділової етики (табл. 1).

**Таблиця 1.** Етапи становлення ділової етики<sup>1</sup>

№ за/п	Назва етапу	Характеристика етапу
1	Право сильного	В основі рішень і дій підприємців на першому і самому нижчому етапі етичної свідомості лежать елементарні фізичні та матеріальні цінності. Тобто це світ, у якому виживає сильніший, найбільш пристосований, який діє за „законами джунглів”. Характерним прикладом ділової етики першого етапу є мафіозна діяльність, спрямована на вимагання за допомогою фізичних погроз і на встановлення прийнятних для мафії цін.
2	Усі способи підходять	Дії підприємців на другому етапі надалі лишаються досить егоцентричними, вони шукають способи одержання максимальних доходів за дуже короткий термін, займаючись будь-чим, що приносить прибуток, і діючи за принципом – „аби лише не спіймали”. Характерними рисами даного етапу є виробництво і розповсюдження продуктів-фальсифікатів, наркотиків і порнографії, порушення усних і письмових угод, хабарництво серед державних чиновників, розкрадання, несплата податків, підробка декларацій тощо. Крім того, на цьому етапі повністю, або майже повністю ігноруються інтереси інших індивідів та груп.
3	Більше прибутку в короткий термін	На третьому етапі діяльність підприємців уже певним чином узгоджується із соціальною та загальноприйнятною діловою практикою. Вони намагаються максимально збільшити прибутки, не порушуючи при цьому закону. Відповідно,

## ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ ВЗАЄМОВІДНОСИН МІЖ БАНКАМИ ТА СТРАХОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

		головною метою є збільшення обсягів продажів і прибутків.
4	Більше прибутку за тривалий термін або „тихше ідеш – даліше будеш”	Четвертий етап характеризується досить високим рівнем моральної свідомості. Незважаючи на те, що в першу чергу враховуються інтереси акціонерів, підприємці намагаються дотримуватися правил, законів і кодексів поведінки, оскільки розуміють, що це через певний проміжок часу виявиться більш прибутковим, аніж дії, які можуть принести прибуток за короткий термін. Окремі компанії навіть спеціально призначають відповідальних за етику поведінки, організують навчальні курси, де знайомлять з правилами етики, та ураховують їх при атестації співробітників.
5	Концепція зацікавлених сторін	На п'ятому етапі підприємці виходять з того, що отримання прибутку – не єдина мета їхньої діяльності. Компанії проголошують не лише свою економічну, але й соціальну місію. У своїй діяльності вони керуються відповідними загальнолюдськими принципами, наприклад, справедливістю, законслухняністю та ін. Характерними прикладами є розподіл прибутку, реалізація проектів соціального розвитку, філантропія. Увага акцентується на формуванні та підтримці взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами. Мірилом успіху є такі чинники, як підвищення якості продукції, розширення асортименту послуг, задоволення потреб клієнтів, благополуччя колективу – все це вважається не менш важливим, ніж фінансові показники. Окремі компанії публікують, поряд з фінансовими, соціальні звіти. На цьому етапі починає реалізовуватися концепція соціальної відповідальності бізнесу.
6	Корпоративне громадянство	Підвищення морального рівня свідомості підприємців призводить до переоцінки ролі бізнесу у суспільстві. Підприємці прагнуть досягти, поряд з фінансовим успіхом, соціальних цілей, зокрема: створюють нові робочі місця, турбуються про фізичний і моральний стан суспільства, допомагають тим, хто потрапив у скрутне становище, забезпечують належні умови для самореалізації працівників та ін. На даному етапі соціальні цілі виступають стимулом ділової активності тією ж мірою, що й прибуток.

Примітка. Старчер Дж. Совместимы ли этика и предпринимательство? (<http://www.bahai.ru/library/Works/Business-Forum.htm>).

Безперечно, формування ділової етики дуже складний і тривалий процес, у якому беруть участь як підприємці, так і різні інститути, які створюють необхідні передумови для інтенсифікації цього процесу, надання йому необхідної ідейної спрямованості, оскільки суспільству не байдуже, на яких моральних принципах буде ґрунтуватися ідеологія бізнесу. Відповідно, стандарти етичної поведінки відрізняються у різних країнах. Так, у розвинутих країнах підприємництво знаходиться на V та VI етапах ділової етики, тоді як поведінка підприємців країн транзитивної економіки відповідає значно нижчим рівням. Слід зазначити, що досягти поведінки, характерної для V та VI етапів, дуже складно, особливо підприємцям, які тривалий період знаходилися в умовах централізованого планування і тоталітаризму. Для того, щоб досягти цивілізованого рівня ділової свідомості, взагалі, щоб етична свідомість прогресувала, потрібні час, відповідні умови і досвід.

Необхідними умовами формування цивілізованої ділової етики є наступні. Насамперед, це свобода – не лише політична, але й економічна. Іншими словами, необхідною умовою формування належної ділової етики є наявність демократичної держави, свобода слова, преси, сумління, свобода вибору суб'єктів економічної діяльності, рівність фізичних і юридичних осіб у здійсненні підприємницької діяльності, суверенітет споживача, вільна конкуренція тощо.

Наступною умовою формування належної ділової етики є право. Слід зазначити, що ця умова передбачає як нормативне закріплення найбільш спільних соціально прийнятних стандартів поведінки, що регламентують діяльність підприємців, так і боротьбу з негативними явищами у бізнес-середовищі. Як зазначалося вище, за відсутності належних традицій, загальних моральних цінностей учасників підприємницької діяльності, виникає необхідність посилення правового регулювання. Саме тому повага до закону, до приватної власності повинні бути неодмінними атрибутами ідеології бізнесу. До того ж важливо не лише приймати закони, але й виконувати їх та мати відповідні механізми відповідальності за їх порушення.

Крім зазначених свободи та права, необхідними умовами формування цивілізованої ділової етики є: пропаганда, завдяки якій можливе поширення серед ділових кіл високих моральних цінностей та традицій, а також засудження корупції, нечесної конкуренції, хабарництва та інших аморальних дій; стабільність, насамперед, законодавча; асоціювання, тобто створення професійних об'єднань підприємців, які повинні бути неупередженим арбітром при оцінці рівня моральності членів асоціації, і застосовувати у випадку порушення ними етичних принципів відповідних заходів.

З точки зору окремої бізнес-організації, необхідними умовами формування ділової етики є наступні:

– етичні принципи (імперативи), що домінують у зовнішньому для бізнес-організації середовищі, зміна

яких залежить від динаміки культурних змін у суспільстві;

- нормативні акти, що регламентують поведінку працівників бізнес-організації (наприклад, корпоративний етичний кодекс);
- колективи працівників компанії, діяльність яких визначається моральним кліматом організації (поведінка працівників залежить від морально-психологічних стереотипів та авторитету лідера);
- індивідуальні мотиви співробітників компанії, що спонукають їх до моральної діяльності, яка закріплює ідеали добра і підпорядкована почуттю обов'язку.

І, нарешті, виділимо рівні ділової етики. Якщо розглядати етику бізнесу в контексті конкретної країни, то вона на макrorівні концентрує увагу головним чином на моральній оцінці економічної системи національного підприємництва і можливих її альтернатив та модифікацій. Слід зазначити, що увага країни до ділової етики зростає разом із розвитком підприємництва, зростанням економічного добробуту. Наступний рівень ділової етики (до речі, сьогодні він повертає до себе найбільшу увагу) – це корпоративний рівень. Разом з тим, усередині корпорацій та інших підприємницьких структур діють індивіди, які інвестують в них кошти, здійснюють управління ними, працюють в них, купують у них продукцію і різноманітними шляхами піддаються їхньому впливові. Саме моральна оцінка індивідів та їх дій утворює третій рівень ділової етики. Необхідно зазначити, що етика бізнесу охоплює як усі три рівні в їх взаємозв'язку та взаємодії, так і розглядає їх як самостійні сфери. Оскільки сьогодні бізнес стає все більш інтернаціональним, всесвітнім, то, відповідно, можна виділити ще один рівень ділової етики – четвертий – який розглядає діяльність транснаціональних корпорацій, а також умови торгівлі; розподіл товарів і робочих місць; використання і охорону природних ресурсів; роль бізнесу в глобальному потеплінні та в інших видах діяльності, які справляють життєво важливий вплив на все людство [5, с.50–51].

Іншими словами, багатонаціональні корпорації, діючи у власних інтересах, повинні розглядати себе як безпосередніх учасників економічного і соціального розвитку усього суспільства. Оскільки, незважаючи на бажання, такі корпорації дуже часто вирішальним чином і тривалий період впливають на інші країни. Тому вплив на місцеву культуру, релігію, спосіб життя, інститути необхідно ретельно оцінювати. З огляду на це, в інтересах транснаціональних корпорацій важливим є визначення єдиних етичних принципів для операцій, що здійснюються в усіх регіонах світу, причому досить високого рівня, і, що саме головне, беззаперечно й усвідомлено дотримуватися їх.

#### IV. Висновки

Проведене дослідження дає змогу зробити наступні висновки. Особливу роль у підприємницькій діяльності відіграють морально-психологічні чинники, які виступають у якості орієнтирів та регулятивів цієї діяльності, зокрема це орієнтація на успіх в його різних проявах, та на справедливість, яка забезпечує в підприємстві відповідні правила. Крім того, моральні орієнтири підприємців визначаються такими принципами, як свобода, відповідальність, обов'язок, честь, гідність, сумління. Таким чином, ділова етика або етика бізнесу включає широке коло соціокультурних вимог і принципів. Цінність ділової етики полягає в тому, що вона дає практичні рекомендації, *що і як* необхідно робити, щоб зазначені вимоги і принципи стали невід'ємною частиною підприємницької діяльності; надає значущості й усвідомленості цілям цієї діяльності; обумовлює чітке розуміння шляхів їх досягнення. Саме завдяки діловій етиці можливе узгодження двох суперечливих напрямків у підприємницькій діяльності: тенденції максимізації прибутку та тенденції до активної соціальної діяльності. Це дає підстави стверджувати, що ділова етика є основою становлення соціальної відповідальності підприємництва. Доречно також зазначити, що процес формування успішної ділової етики виходить за межі бізнес-процесів і стає способом життя.

#### Джерела та література

1. Старчер Дж. Совместимы ли этика и предпринимательство? [Электронный ресурс] / Дж. Старчер. – Режим доступа: <http://www.bahai.ru/library/Works/Business-Forum.htm>.
2. Бутова Т.В., Ерхов М.В. Власть и бизнес в современном обществе [Монография] / Т.В. Бутова, М.В. Ерхов. – М.: Маросейка, 2007. – 192 с.
3. Мишаткина Т., Порус В. Этика бизнеса: ориентация на успех, справедливость и демократию / Т. Мишаткина, В. Порус // Высшее образование в России. – 2005. – №9. – С.111–123.
4. Нэш Лаура Л. Говоря объективно: советы менеджера при разрешении этических проблем / Лаура Л. Нэш. – Бостон, издание Гарвардской школы бизнеса, 1993.
5. Де Джордж Р.Т. Деловая этика / Р.Т. Де Джордж; [пер. с англ.. Р.И. Столпера]. – СПб., „Экономическая школа”. – М., Издательская группа „Прогресс”, 2001. – Т.1. – 496 с.