

## **ЕТИКА БІЗНЕСУ**

**Актуальність дослідження.** Радикальне реформування всієї системи соціально-економічних відносин, що відбувається в „постсоціалістичних” країнах, робить актуальною проблему запровадження ефективних в соціальному та моральному відношенні форм господарювання. Але в українській соціально-філософській науці ця тенденція прослідковується недостатньо. Відчутною є суттєва нестача досліджень морального компонента бізнес-діяльності, її соціального значення. Недооцінка морального чинника соціоекономічної й господарської діяльності – один із стратегічних прорахунків індустріалістського шляху суспільного розвитку. **Мета дослідження:** проаналізувати значення етики бізнесу в контексті сучасного економічного та соціального буття українського суспільства. **Об'єктом дослідження** є етика бізнесу в середовищі соціально-економічного розвитку України. **Предметом дослідження** є соціально-філософське розуміння моральної сутності підприємництва, діяльності її суб'єктів. Із теми дослідження впливають такі **завдання:** розглянути характеристику українських підприємців та правила їхньої бізнес-етики; визначити сутність ділової етики, її розгляд як частини міжнародного бізнесу; розглянути праксеологічне значення бізнес-етики. Для початку окремо розберемо поняття «етика» і «бізнес» та об'єднавши визначимо, що таке «етика бізнесу»: Етика (лат. *ethica* — «звичай») – наука, що вивчає мораль. У ширшому розумінні — норми поведінки і сукупність моральних правил [3]. Етика – одна з найдавніших галузей людського знання. Слова “етика”, “мораль”, “моральність” часто вживаються як синоніми. Проте в історії філософії та етики склалася традиція відрізнення цих понять. Терміни “мораль”, “моральність” означають певну сферу суспільного та особистого життя, а під “етикою” розуміють дослідження, вивчення моралі та її обґрунтування. Таким чином, предметом вивчення етики є мораль чи моральність [10]. Бізнес - це справа, ділова активність, спрямована на вирішення завдань, пов'язаних у кінцевому підсумку із здійсненням на ринку операцій обміну товарів і послуг між економічними суб'єктами ринку, з використанням форм та методів конкретної діяльності, які склалися в ринковій практиці [1]. Етика бізнесу – це наука, яка вивчає мораль у середовищі бізнесу. У більш широкому розумінні – норми поведінки і сукупність моральних правил, яких потрібно дотримуватись під час ділової активності, спрямованої на вирішення завдань задля отримання прибутку у кінцевому результаті чи під час здійснення будь-якої діяльності з метою одержання доходу [4, с 12]. Етика бізнесу - ділова етика, що базується на чесності, відкритості, вірності даному слову, здатності ефективно функціонувати на ринку у відповідності з діючим законодавством, встановленими правилами і традиціями. Розглянемо деякі національні стилі ділових стосунків. Американський. Американці при вирішенні проблем прагнуть обговорити не тільки загальні підходи, а й деталі, пов'язані з реалізацією домовленостей. Для них типовими є мажорний настрій, відкритість, енергійність, дружелюбність, не дуже офіційна манера ведення переговорів. Водночас вони поводяться впевнено і прагнуть домінувати, вважаючи, що їхня позиція єдино правильна. Напористість, а іноді й агресивність американців може призвести до певних ускладнень у переговорному процесі. Суттєвими властивостями американських переговорників є їх високий професіоналізм та самостійність при прийнятті рішень. Вони вміють торгуватися, виявляють настійливість у досягненні своїх цілей, люблять приймати пакетні рішення, не люблять, коли переговори затягуються. Намагаючись провести переговори швидко, американці можуть заключати договори по телефону, підтверджуючи їх згодом телетайпом або факсом. На ділових зустрічах американці люблять говорити про сім'ю, хобі; теми політики та релігії краще не торкатися. Розмовляють зазвичай голосно. Французький. Французи приділяють значну увагу попереднім домовленостям та попередньому обговоренню проблем. Представники їхніх делегацій намагаються зберігати незалежність, але, порівняно з американцями, вони менш вільні при прийнятті рішень і “зв'язані” наданими їм інструкціями. Французи ведуть переговори досить жорстко, не маючи

“запасної” позиції. Не люблять, коли партнери змінюють свою позицію. Договори, підписані французами, завжди дуже точно сформульовані й не допускають можливості різних тлумачень. Говорять швидко і невимушено, часто перебивають співрозмовника. Німецький. Німці надають велике значення ретельній підготовці до переговорів і приступають до них тільки тоді, коли впевнені у позитивному вирішенні проблеми. Вони докладно виробляють свою позицію, поетапно обговорюють питання. Німці вирізняються працелюбством, пунктуальністю, бережливістю, раціональністю, педантичністю, організованістю, скептичністю. Для них мають значення статус, титули і звання людей, що беруть участь у переговорах. Німці дуже ретельно виконують свої обов’язки і від партнерів вимагають такого ж ставлення до справи. Англійський. Вони вирізняються стриманістю, скрупульозністю, діловитістю, повагою до власності. Характерними для них є прагматизм, емпіризм, але при цьому вони ставляться до розгляду питань досить гнучко, як правило, позитивно реагують на пропозиції іншої сторони, намагаються уникати конфронтації. Англійці вміють терпеливо слухати співбесідника, хоча це не означає згоди [7, с. 23].

**Висновки.** Етика бізнесу в Україні – складне і суперечливе явище тому, що в бізнесі переплітаються різні національності, погляди, принципи, які по своєму сприймають ситуацію і що може легко призвести до конфліктної ситуації. Але знання базових, елементарних правил поведінки в діловому спілкуванні можуть бути хорошим початком для успішного укладання ділової угоди.

### *Література*

1. *Бібліотека економіста онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://library.if.ua/book/3/313.html>*
2. *Бібліотека електронних підручників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: [http://e-pidruchniki.com/content/433\\_21Biznes\\_etika\\_istoriya\\_ta\\_sychasnist.html](http://e-pidruchniki.com/content/433_21Biznes_etika_istoriya_ta_sychasnist.html) – Назва з екрана.*
3. *Вікіцитатник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://uk.wikiquote.org/wiki/ЕТИКА> – Назва з екрана.*
4. Герет Г.М., Клоноскі Р.-Дж. *Етика бізнесу.* - К.: Основи, 1999. — 214 с.
5. Гриценко С. П. *Етика ділового спілкування.* — К., 2005.
6. . Гугнін В. *Етика ділової людини.* – Київ, 1994.
7. *Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету : навч. посібник / Калашник Г. М. – К. : Знання, 2007. – 143 с.*
8. *Рудакевич М. Етика бізнесу в умовах трансформації української економіки / М. Рудакевич // Наукові виклади. – 2008. - №1. – С.1-6.*
9. *Студопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: [http://studopedia.com.ua/1\\_144668\\_etap-upravlinnya-spryamovane-na-maksimizatsiyu-dohodiv.html](http://studopedia.com.ua/1_144668_etap-upravlinnya-spryamovane-na-maksimizatsiyu-dohodiv.html)*
10. *Хватит.ком [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://school.xvatit.com/index.php?title=етика> – Назва з екрана.*
11. *Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник / Чайка Г. Л. – К. : Знання, 2005. – 442 с.*
12. *Гончарук Т.В. Філософія сучасного українця у форматі інноваційного суспільства/Т.В.Гончарук //Наукові записки. Сер. Філософія. – Острог: Національний університет «Острозька академія», 2011. – Вип.9.*
13. *Гончарук Т. Філософія цивілізації та дух постмодернізму [Електронний ресурс]/Тетяна Гончарук //Мандрівець. – 2008. - №4. – С.37-40.*
14. *Чигур Р.Ю. Інформація та знання як основні ресурси інформаційного суспільства /Р.Ю.Чигур// Грані. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах. - №2(106). – лютий. – Дніпропетровськ, 2014. – С.61-65. 15.Чигур Р.Німецькі мислителі про природу власності /Руслан Чигур, Юлія Божок//Світоглядні та соціокультурні засади формування модерної української нації: щоріч. наук. пр. / відп. За вип.. Т.В.Гончарук. – Тернопіль: ТНЕУ, 2015. – С.189-195.*