

## ЕТИКА БІЗНЕСУ

**Актуальність дослідження** полягає у впровадженні етики в сучасне підприємництво, адже маркетинг і менеджмент сприяє значному підвищенню якості життя та підвищенню ступенів суб'єктивної задоволеності життям, тобто збільшує кількість щасливих людей і якість суспільства в цілому. Від того, які цілі і цінності лежать в основі бізнесу, залежить благополуччя всього суспільства. Такі цілі організації, як служіння суспільству і цінність організації для місцевого співтовариства, асоціюються з етичною поведінкою, а мета максимізації прибутку - з сумнівною (неетичною) поведінкою.

**Мета дослідження:** дослідити теоретичні проблеми моралі бізнесу; розробити проблеми моральних аспектів бізнесу; виявити вимоги, які висувуються щодо моральності бізнесмена; вивчити особливості моральної свідомості бізнесмена та розробити питання морального виховання та самовиховання бізнесмена.

**Об'єкт дослідження:** бізнес-етика, як частина корпоративної культури.

**Предмет дослідження:** етика бізнесу.

**Завдання дослідження:** етика бізнесу встановлює врегулювання відносин між підприємцями, менеджерами, бізнесменами, та їх партнерами, клієнтами, працівниками, конкурентами. За допомогою ділової етики відбувається регулювання відносин між суб'єктами ринку при дотриманні договірних зобов'язань та дотримування права. Саме етика бізнесу є важливою ланкою нашого суспільства. Отож, ми поспробуємо дати відповідь на питання: «Що це, з чого почався розвиток етики бізнесу та як буди морально багатим у даній сфері?» Бізнес-етика як окремий напрям виникла на основі сполучення потреб та інтересів бізнесу і науки (прикладної етики) в ХХ ст. У 80 - 90-х рр. ХХ ст. бізнес-етика стала частиною корпоративної культури і набула всевітнього масштабу. В останнє десятиліття з'явилися міжнародні центри з бізнес-етики. Бізнес-етика стала предметом викладання у провідних університетах, бізнес-школах. У країнах із розвинутою ринковою економікою дослідження щодо єдності етики і бізнесу досягнули певного рівня. На думку британського науковця Б.Шпегельмліл провідною країною в цьому напрямі дослідження є США. З етики бізнесу у США читається більше ніж 500 курсів лекцій в університетах, присвячено близько 50 монографій, видається декілька газет («Газета з етики бізнесу», «Бізнес і професійна етика»). [1]. Комп'ютерний каталог Каліфорнійського університету налічує більше ніж 340 назв книг і статей, присвячених цій проблемі. Етика бізнесу - це правила, норми, що регулюють відношення суб'єктів бізнесу. Можна виділити три рівні етичних правил, що існують у сучасному бізнесі: Нормативні принципи, зафіксовані в загальнолюдських етичних нормах (не вкради, не убий, не давай неправдивих свідчень), які, зазвичай, ґрунтуються на системі релігійних переконань, недотримання яких призводить до психологічного дискомфорту. Професійні правила певного регіону. Корпоративні норми групової поведінки на рівні фірми, організації. «Бізнес» - одне з понять, що характеризує феномен західного суспільства, певне загальнолюдське досягнення, результат соціальної еволюції. Практика бізнес-етики засвідчує її життєздатність, вона реально застосовується в бізнес-організаціях, сприяє реалізації наукового потенціалу вчених у сфері гуманітарних наук. У зарубіжній науці на сьогодні склалася певна концепція щодо визначення взаємодії бізнесу і етики. У дослідженнях проблеми «бізнес і етика» простежується деяка історична логіка, що поєднала разом усі прикмети сучасного цивілізованого соціуму - бізнес, науку, суспільство - логіка, яка саме і визначила відношення бізнесу зі всіма його складовими до моралі. Відправним пунктом є питання чи моральний бізнес взагалі? Це питання довгий час було дискусійним [2]. Наприклад Ш.Бодлер вважав комерцію сатанинського справою, найбільш підлою та нищючою формою егоїзму. Між іншим, етика бізнесу є однією з багатьох (серед інституціалізованих людських діяльностей) «професійних етик», цікавих виключно тим, що кожна з них виявляє професійні ситуації, в яких виникають моральні проблеми. Таким чином, якщо такі проблематичні, у моральному відношенні, ситуації існують взагалі, то стосовно кожної професійної діяльності можна поставити питання: чи моральна дана професія? Бізнес (підприємництво) не є виключенням [3, с.2]. На основі вищенаведеного, питання «чи моральний бізнес» можна трактувати як, чи «моральне взагалі суспільство», оскільки, якщо визнано, що в підприємстві існує можливість ігнорувати мораль, то і суспільство не завжди і не в усіх своїх проявах моральне, внаслідок цього етика бізнесу - це, по суті, «етика суспільства». Канадський професор Д.Брейбрук вважає, що «саме теоретичне пояснення суперечних проблемних ситуацій, що будеться на загальних принципах класичної етики, здатне внести ясність і логіку в систему мотивації бізнесмена, визначити конкретну лінію його поведінки»[1]. І далі «Бізнес, подібно державі, родині й історичним здійсненням християнства, надто багатогранний, щоб можливо було судити про нього з простих позицій добра і зла». А.Ф.Найт, ще у 1935 р., говорячи про етику конкуренції, довів, що суспільне життя занадто складне, для того, щоб можна було безапеляційно говорити про абсолютну перевагу одних способів організації суспільства і абсолютну неприпустимість інших. Виявлення різниці пріоритетів, цілей і сприйняття результатів - це лише різні шляхи реалізації загальних принципів. [2]. Однак, якщо бізнесмени в змозі поставити себе на місце суспільних активістів, то поставити себе на місце бізнесменів, не знаючи підприємницької діяльності, й попередню вважаючи її аморальною, неможливо. Коли Сократ спитав себе співрозмовника, що означає благочесна поведінка, той з найвою упевненістю відповів, що це означає робити так, як він робить. І деякі з найбільш енергійних суспільних активістів дуже нагадують цього сократівського співрозмовника. Рисами успішного підприємця в той час вважалися: знання і досвід, передбачливість і обережність, ошадливість, вірність слову. Ці риси свідчили про міцну репутацію купця. Цінувалося також вміння вести бухгалтерські рахунки, поважалось знання права та іноземних мов. У творах самих купців другої половини ХVІІІ ст. описувався новий тип ідеального підприємця, який забезпечує процвітання справи завдяки своїй порядності, добрій вдачі та вимогам до себе. Не можна сказати, що образ «досконалого купця» став для більшості об'єктом для наслідування [1]. Ділові люди могли обдурювати, порушувати угоди, отримувати прибуток нечесним способом. Однак на початку ХХ ст. у підприємницькому середовищі поступово почали формуватися інші ціннісні орієнтації, форми відносин між підприємцями і владою, що знайшли своє втілення в діяльності багаточисленних організацій. Про їх вплив на господарське життя вказує той факт, що представники цих організацій запрошувалися як рівноправні партнери в урядові органи. Підприємці приймали участь у розробці програм, ефективно відстоювали власні інтереси. Саме на початку ХХ ст. підприємці визначали принципи ведення справ, основою яких є етичні принципи: Поважай право приватної власності, лоби та поважай людину, будь вірний своєму слову, живи за доходами, будь цілеспрямованим, поважай владу. Кілька століть світове підприємницьке співтовариство йшло до злиття в єдине двох основоположних засад бізнесу - моральності та успіху. Багато в цьому напрямі зробили американські підприємці. [4]. Етика стала фундаментом бізнесу. Високі етичні стандарти - основою успіху. Ця доктрина була прийнята американськими бізнесменами. Вона була покликана стримати «жагу наживи», збалансувати оцінні судження в умовах поляризації багатства. У той же час права людини, у тому числі і права споживачів, і необхідність захисту навколишнього середовища більше не могли ігноруватися компаніями не тільки через ризик застосування санкцій до них, але й через загрозу втрати довіри. Турбуючись про свій імідж, національні компанії об'єднуються в асоціації, які все більше починають керуватися етичними принципами. Створюються міжнародні організації, які впроваджують принципи бізнес-етики. **Висновок:** Отже, з точки зору моралі, бізнес - лише модель, зліпок суспільних відносин. Моральні проблеми в ньому не складніші й не простіші, ніж у суспільстві у цілому. Такий висновок тим більш є правильним, оскільки прибічники положення про первісну аморальність підприємництва обґрунтовують цей вердикт, посилаючись на те, що бізнес є нібито інституціалізований людський егоїзм, оскільки його основою причиною є особистий егоїзм. У такому випадку і суспільство в цілому аморальне, так як і в ньому присутній особистий інтерес. Егоїстичне начало, притаманне людині, нікуди не зникає, навпаки, як свідчить історія, соціальний прогрес пов'язаний із досконалістю саме демократичних форм правління, а ті якраз пробуджують, активізують особистий інтерес в людині як каталізатора суспільного розвитку. І навпаки, соціальної катастрофи зазнають ті суспільства, в яких особистий інтерес відсутній і які повністю регламентуються «зверху» державою.

### Список використаних джерел

1. Актуальність етики бізнесу. URL: [https://stud.com.ua/19252/etika\\_ta\\_estetika/aktualnist\\_etiki\\_biznesu](https://stud.com.ua/19252/etika_ta_estetika/aktualnist_etiki_biznesu).
2. Бізнес-етика: історія та сучасність. 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).
3. Культура бізнесу. URL: <http://repository.lduif.edu.ua/bitstream/34606048/16556/1/Лекція%201%20Культура%20бізнесу.pdf>.
4. Етика бізнесу. URL: <https://www.pharmacencyclopedia.com.ua/article/8098/etika-biznesu>.