

Тому в умовах кластерного розвитку вище описані тенденції повинні мати короткотерміновий характер і сприяти санації низьколіквідних підприємств. У результаті цього досягнення максимальної оптимізації є процесом, спрямованим на отримання максимального прибутку із його обов'язковим вкладенням у відновлення та нарощування виробничих і маркетингових потужностей підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, застосування кластеризації у процесі формування стратегії розвитку підприємства є складним тривалим процесом, що являє собою визначений алгоритм дій, спрямованих на ідентифікацію потенційного кластера та його елементів, обґрунтування доцільності його створення, та очікуваного ефекту із застосуванням відповідного методичного інструментарію. Основна увага при цьому приділяється тісноті зв'язків між елементами кластера та виявленню так званого синергетичного ефекту. Кластер підвищує коефіцієнт корисної дії компаній, що входять до його складу. Членство у кластерах і міжфірмових мережах може збільшити продуктивність, рівень інновацій та конкурентоспроможність фірм. Кластер залишається досить гнучким, щоб дозволити підприємствам-учасникам вільно конкурувати за розширення своєї частки у загальному обсязі продажу, в разі необхідності залучати нових членів, і водночас він організує, координує діяльність через спільне вико-

ристання інформації, координацію планів та поточної діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Семенова Г.А. Національний кластер – новий шлях для прискорення економічного та інноваційного зростання України / Г.А Семенова, О.С. Богма // Вісник економічної науки України. – 2006. – № 1(9). – С. 127-133.
2. Кластерний аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.statsoft.ru.
3. Галушак В.В. Організаційно-економічні засади формування господарських структур ринкового типу в аграрному секторі : дисертація на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук / В.В. Галушак. – Тернопіль, 2010. – 228 с.
4. Гребешкова О.М. Проблеми виявлення та оцінки синергетичного ефекту стратегічної взаємодії підприємств // Економіка підприємства: теорія та практика : зб. мат. II Міжнар. наук.-практ. конф. 13–14 березня 2008 р. – К. : КНЕУ, 2008. – С. 22-24.
5. Васконселос-и-Са Ж. Забытая фирма: Перспективный подход к решению проблемы одновременного управления настоящей компанией и компанией будущего / Пер. с англ. / Жоржи Васконселос-и-Са. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 176 с.
6. Брікхем Є. Основи фінансового менеджменту : Пер. с англ. / Є. Брікхем. – К. : Молодь, 1997. – 1000 с.
7. Наливайко А. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку : моногр. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
8. Махова Г.В. Синергія в стратегічних партнерствах підприємств та джерела її виникнення / Г.В. Махова // Стратегія економічного розвитку України. – 2010. – № 26. – С. 27-36.

УДК 334.012.23-021.387:336.25.26

Мельничук Л.С.

кандидат економічних наук,

*старший викладач кафедри економіки підприємства та землеустрою
Чорноморського державного університету імені Петра Могили*

ЕТИЧНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЯК ОСОБЛИВИЙ НАПРЯМ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стаття присвячена висвітленню поняття «етичний бізнес». Розглянуто необхідність впровадження специфічного ведення економічної діяльності, через вирішення соціальних проблем. Вказано принципи, що забезпечують характер взаємовідносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства (організаціями, державою, суспільством). Зазначено проблеми, що виникають при визначенні критеріїв етичної бізнес-організації. Проаналізовано механізми, що допоможуть етичні принципи, норми, правила та стандарти втілити в реалії ділового життя.

Ключові слова: етичність бізнесу, норми моралі бізнесу, конкурентоздатність, моральні вимоги, соціальна відповідальність.

Мельничук Л.С. ЭТИЧЕСКОЕ ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА КАК ОСОБОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена раскрытию понятия «этический бизнес». Рассмотрена необходимость внедрения специфического ведения экономической деятельности, через решение социальных проблем. Указаны принципы, обеспечивающие характер взаимоотношений между макросубъектами социальной и экономической структуры общества (организациями, государством, обществом). Указаны проблемы, возникающие при определении критериев этической бизнес-организации. Проанализированы механизмы, которые помогут этические принципы, нормы, правила и стандарты воплотить в реалии деловой жизни.

Ключевые слова: этичность бизнеса, нормы морали бизнеса, конкурентоспособность, моральные требования, социальная ответственность.

Melnychuk L.S. RUNNING OF ETHICAL BUSINESS AS A SPECIAL DIRECTION OF ECONOMIC ACTIVITY

The article is devoted to highlighting the concept of «business ethics». The essence of social responsibility and the need to introduce human specificity in doing business through social problems. These principles provide the nature of the relationship between macro subjects of social and economic structure of the society (organizations, government, society). These problems arise in determining the criteria for ethical business organization. The mechanisms helping to realize the realities of business life ethical principles, norms, rules and standards.

Keywords: business ethics, social responsibility, morality business competitiveness.

Постановка проблеми. У своїй повсякденній роботі й діяльності люди (на будь-якому рівні) неминуче зіштовхуються з необхідністю прийняття етичних рі-

шень. Етичні питання виникають в області керування, маркетингу, виробництва, дослідницької роботи, людського капіталу, фінансового керування, ділової

стратегії, а також керівництва підприємством. З розвитком інституцій приватної власності, її носіїв, а також з розвитком підприємництва, яке базується на приватній власності, виникає потреба у формуванні основних засад етики ведення бізнесу. Без застосування етичних принципів у бізнесі неможливо забезпечувати стійкий поступальний рух підприємств до кращих результатів своєї діяльності. Саме тому важливим є визначення заходів, які потрібно здійснити для того, щоб ведення бізнесу ґрунтувалося на незмінних моральних засадах.

Світовий бізнес все частіше орієнтується на вирішення соціальних проблем як на національному, так і на глобальному рівні. Підприємства з соціальною метою визнаються окремим особливим напрямом економічної діяльності. Отже, впровадження ефективних у соціальному та моральному контекстах форм господарювання дасть можливість формувати стаєле суспільство і забезпечити безперервну діяльність суб'єкта господарювання. Фактори економічної ефективності повинні істотно доповнюватися чинниками етичного, соціального та екологічного характеру.

Дослідження проблеми етики бізнесу зумовлено розбудовою в Україні демократичної, правової, соціальної держави з ринковою економікою, а також інтеграцією в міжнародну економіку і в Європейський Союз, де діє етичний підхід до управління бізнесом на засадах соціального менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У світовій літературі питанню етичного ведення бізнесу приділяється багато уваги, зокрема його досліджували такі відомі науковці, як А. Сміт, М. Фрідмен, П. Друкер, Г. Кессем. В області усвідомлення етики українського менеджменту та його соціальної відповідальності достатньо продуктивно працюють українські вчені: Б.П. Будзан, Ф.І. Хміль, Г.В. Шокін, Г.А. Дмитренко, О.Є. Кузьмін, Ю.І. Палеха, В.Г. Герасимчук, Г.О. Коваленко, А.В. Шегда, Г.Л. Хаєт та інші.

Постановка завдання. Праці вчених у сфері етичного бізнесу і соціальної відповідальності можна поділити на два спрямування: дослідження філософсько-соціального характеру та дослідження економічних причин, процесів і наслідків етичного бізнесу. Вчені здебільшого не поєднують філософські та економічні підходи, тому метою нашого дослідження є комплексний розгляд питання соціально відповідального та етичного ведення бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна етика передбачає верховенство людини над матеріальними потоками у процесі виробництва, яким вона управляє, надаючи йому гуманістичного характеру, бо саме її працею досягається бажаний прибуток. Це означає, що економічна мета, засоби, форми і методи, якими вона досягається, економічно й етично виправдані лише тоді, коли сприяють загальному зростанню продуктивності індивідуальної та суспільної праці і на цій основі – підвищенню добробуту кожної людини.

Інший чинник етичного бізнесу – наявність морально-правових передумов його функціонування. Такими передумовами є сукупність правових і етичних принципів, норм та правил, які регулюють відносини економічних суб'єктів ринку з державою, зі споживачами, суспільством у цілому, а також міжособистісні відносини в підприємстві та особисту етику керівника. До принципів і норм моралі бізнесу й моральності бізнесмена належать чесність, довіра, справедливість, партнерство у відносинах, добросовісне виконання обов'язків, відкритість, вірність слову.

У найбільш загальній формі етика бізнесу визначається як ділова етика, основними принципами якої є справедливість і ефективність. Вона включає такі елементи: етика менеджменту; етика відносин із державою, діловими партнерами, споживачами, суспільством; етика міжособистісних стосунків, ділових переговорів; моральні засади і соціальна відповідальність бізнесу; особиста етика і ділова культура підприємця, етика самоутвердження; діловий етикет тощо [1].

Функціонування етики бізнесу пов'язане з неоднозначним трактуванням такої філософської проблеми, як сумісність (несумісність) бізнесу і моралі.

Етика бізнесу (комерційної, підприємницької, будь-якої іншої дозволеної законом діяльності задля отримання прибутку) є складовою етики ділових відносин. Ці відносини охоплюють не тільки виробничу, організаційну, правову сфери, бо навіть дуже близькі люди (рідні, друзі, кохані) час від часу є їх суб'єктами, наприклад при розподілі спадщини, спільному придбанні житла, транспортних засобів або співпрацюючи в одній організації. Етика бізнесу в широкому сенсі – це сукупність етичних принципів і норм, якими повинна керуватися діяльність організацій та їх членів у сфері управління і підприємництва. Етика бізнесу є вивченням відповідності моральних норм людини діяльності і цілям ділової організації. Вона не є простим набором певних моральних стандартів, а виступає інструментом аналізу і вирішення проблем, які постають перед етичною людиною, що займається бізнесом [2].

На розвиток суспільства впливає як етична поведінка одних суб'єктів господарювання, так і неетична поведінка інших (етика бізнесу та хрематистика). Хрематистика виражається в отриманні прибутку шляхом необмеженого споживання ресурсів. Етика виражає мету бізнесу через корисність, виступаючи засобом ведення бізнесу.

За умов історичних змін в організації сучасного ділового світу етика бізнесу стає важливою складовою культури підприємництва, зростання рівня корпоративності і інформаційної революції. За допомогою етики бізнесу формулюються необхідні естетичні цінності для кожної людини, підприємці краще орієнтуються у складних проблемах, що виникають при ухваленні етичних рішень у конкретних ситуаціях ділового життя. Відомо, що етика бізнесу як спеціальна етика містить у своєму визначенні описову і нормативну частини. З одного боку, вона відбиває прояв загальних принципів моралі у спеціалізованій сфері людської діяльності, фіксує і описує специфіку цього прояву. З іншого боку, виступає своєрідним зведенням моральних вимог – нормативів, за допомогою яких слід вирішувати конкретні проблеми, постійно супроводжуючі професійну діяльність бізнесмена.

Бізнес-етика, відтак, виконує як суто теоретичну функцію, так і практичну функцію, будучи системою етичних орієнтирів у підприємницькій справі [3]. Корпоративна етика, на відміну від універсальної, обумовлена особливостями діяльності і цілями даної організації, а також стереотипами поведінки, що історично склалися у даній організації. Вона є частиною ширшої, нормативної, системи, так званої корпоративної культури. Остання включає не тільки етичні, але і інші цінності, а також переконання, ритуали, символи [2].

Етика бізнесу спрямована на розрізнення етичного та неетичного, визначає правила культурних, цивілізованих відносин у будь-яких ділових справах рівноправних, незалежних партнерів, зацікавлених

в поєднанні зусиль для вирішення проблем організації, інтереси якої вони представляють.

Основні принципи етики бізнесу:

1. Відповідальність бізнесу – від блага акціонерів до блага його ключових партнерів.

2. Економічний і соціальний вплив бізнесу – до прогресу.

3. Справедливості та світової спільноти; етика бізнесу – від букви закону до букви довіри.

4. Повага правових норм.

5. Підтримка багатосторонніх торгових відносин.

6. Турбота про навколишнє середовище.

7. Відмова від протизаконних дій.

Зазначені принципи забезпечують характер взаємовідносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства – організаціями, державою, суспільством. Недотримання етичних принципів на макрорівні призводить до постійної втрати зусиль на рішення етичних проблем на рівні трудових колективів.

Кожне підприємство має власну систему моралі, але спостереження доводять, що люди ідуть на компроміс із власними цінностями під впливом умов ділової організації, в якій вони працюють. З метою підвищення етичності поведінки керівників і рядових співробітників можна використовувати заходи і методи, рекомендовані дослідниками етики бізнесу:

1. Етичні кодекси. Вони описують систему загальних цінностей і правил етики, яких, на думку організації, повинні дотримуватися її працівники. Етичні нормативи розробляють з метою описати цілі організації, створити нормальну робочу атмосферу і визначити рекомендації для процесу прийняття рішень. Як правило, організації надають етичні нормативи своїм робітникам у вигляді надрукованих матеріалів.

2. Карти етики. Це набір етичних правил і рекомендацій, що конкретизують етичний кодекс корпорації для кожного співробітника компанії. Також вони містять ім'я і телефон консультанта компанії з етичних питань. Метод активно застосовується в японських компаніях.

3. Комітети з етики. Їх створюють деякі організації для оцінювання повсякденної практики, майже всі члени таких комітетів – керівники вищого рівня. Організації, що їх не створюють, наймають фахівця з етики бізнесу, так званого адвоката з етики. Його роль – вироблення позиції з етичних питань, пов'язаних із діями організації, а також з виконанням функції «соціальної совісті» організації.

4. Соціальні ревізії. Їх запропоновано для оцінювання та упорядкування звітів стосовно соціального впливу дій і програм організації. Прихильники соціальної ревізії вважають, що звіти такого типу можуть свідчити про рівень соціальної відповідальності організації.

5. Навчання етичній поведінці. Його використовують організації для підвищення показників етичності поведінки керівників і рядових співробітників. При цьому робітників ознайомлюють з етикою бізнесу, що підвищує їхню сприйнятливості до можливих етичних проблем.

6. Етична експертиза. Це всебічний аналіз конкретного аспекту діяльності організації, що викликає стурбованість вищого керівництва, персоналу або громадськості та може вплинути на імідж і перспективи організації. Результатом такої експертизи стає система пропозицій, спрямованих на поліпшення морального клімату і моральної репутації організації, а також внесення коректив у практику діяльності організації.

7. Етичне консультування. Його виконують, коли проблеми організації не можуть бути вирішені власними силами організації через складність і суперечливість ситуації, пов'язаної з конкретними моральними дилемами, для чого запрошують компетентних незалежних фахівців з етики бізнесу. Основними моральними критеріями сучасної підприємницької діяльності в умовах сучасної економічної кризи ми вважаємо такі: культура ділової поведінки на ринку; професіоналізм, справедливість, довіра; завоювання репутації чесного, компетентного та порядного партнера; гідна конкуренція, об'єднання з однодумцями, які поділяють дані принципи [4].

Сучасні концепції етичного ведення бізнесу різноманітні, так само як і думки і уявлення кожної країни щодо справедливості, які є продуктом її власного розуміння і, спираючись на які, вона може вести переговори про умови ведення бізнесу. Згідно з однією з таких концепцій, етичність або відповідальність підприємства трактується як якість його поводження, відповідна чотирьом рівням корпоративної ідентичності: належне управління ризиками; дотримання законів і норм; зміцнення репутації; сприяння розвитку співтовариства [5].

Проте при визначенні критеріїв етичної бізнес-організації виникає низка складних проблем.

По-перше, постає проблема застосування поняття «етичність» до юридичної особи, якою є бізнес-організація. Багато сучасних теоретиків бізнесу підтримують твердження про принципову несумісність етики, бізнесу і моральних оцінок. У сучасній соціально-економічній літературі поширюється теза, що бізнес є бізнес, а етика є етика; економіка – це одна справа, а культура – зовсім інша. Разом з тим слід підкреслити, що ця позиція поділяється далеко не всіма представниками бізнесу. Сьогодні виразно спостерігається тенденція визнання необхідності етизації економіки, зокрема бізнесу. Як аргументи висуваються наступні: етично орієнтована економіка стає найбільш конкурентоздатною, етично поводитися у бізнес-середовищі стає економічно раціональним. Більш того, корпоративна етика стає найважливішим активом бізнесу, якщо вона бере до уваги як економічні, так і позаекономічні інтереси всіх зацікавлених осіб. По суті, йдеться про соціальну відповідальність і справедливість [6]. По-друге, більшість існуючих корпоративних кодексів, особливо у великих корпораціях, орієнтовані скоріше на потреби самої компанії та проголошують відповідальність підприємства щодо клієнтів, підрядчиків і партнерів, суспільства в цілому, ніж до власного персоналу. Значна увага приділяється обов'язкам робітників та їх лояльності до компанії і дуже мало – обов'язкам самої компанії перед її працівниками. По-третє, під час формування корпоративної етики провідну роль відіграють асоціації підприємців, у той час як роль профспілок працівників незначна, що навряд чи можна визнати позитивним чинником. Фактично ж розвиток корпоративної етики міг би значно поліпшити становище найнятих робітників і обмежити управлінське свавілля. На нашу думку, профспілки не менше підприємців зацікавлені у формуванні корпоративної етики, що є дійовим засобом регуляції трудових відносин на підприємстві.

На шляху розуміння, а тим більше дотримання українськими бізнесменами етичних принципів існують різноманітні бар'єри [24]:

1. Внутрішні: скептичне ставлення до етики в бізнесі, песимізм, фаталізм, перекладання відповідальності на інших, невпевненість у своїй моральній

послідовності, моральна нестриманість, страх стати неконкурентоспроможним, завищена самооцінка.

2. Зовнішні: закони, суспільна думка, підкуп чиновників, недобросовісність ділових партнерів, застосування силових методів у стосунках із партнерами, необов'язковість у ділових комунікаціях.

3. У сфері торгівлі: порушення зобов'язань по платежах, порушення строків постачання, закупівля та продаж товарів із простроченими термінами реалізації, непрофесійність персоналу, операції з контрабандним товаром.

4. У сфері виробництва: виробництво товарів низької якості, підробка торгових знаків, створення підставних фірм та перекачування коштів.

5. У сфері фінансів: затримка операцій з метою «прокручування» грошей, нечесність персоналу, розголошення комерційної таємниці, крадіжки, змова з конкурентами, підробки документів тощо [7].

Аналізуючи питання користі соціальної відповідальності для бізнесу та суспільства в цілому, виділяють такі аргументи.

Сприятливі довгострокові перспективи. Соціальні дії підприємця, що поліпшують рівень життя регіону або зменшують соціальну напругу, незважаючи на деякі витрати, можуть стимулювати ріст прибутку, оскільки у споживачів, партнерів і у місцевого населення формується більш сприятливий імідж цього бізнесмена.

Зміна потреб і очікувань широкого загалу. Пов'язані зі зростанням обсягів підприємництва очікування населення радикально змінюються. Перехід підприємницьких структур до вирішення соціальних проблем стає і бажаним, і необхідним суспільству.

Нааявність ресурсів для вирішення соціальних проблем. Бізнес займає все більше трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, які забезпечують передумови для передачі частки їх на соціальні потреби, розвиток соціальної сфери [8].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, професійна етика розглядає шляхи та засоби ефективного самоутвердження людини у суспільно вироблених видах діяльності. Професійна діяльність не тотожна сутності людини, тим не менше є одним із вагомих чинників вияву її творчих умінь та моральних чеснот. У професійній діяльності людина утверджує себе як соціальний суб'єкт. Кожне підприємство має власну систему моралі, але спостереження доводять, що люди йдуть на компроміс із власними цінностями під впливом умов ділової організації, в якій вони працюють. З метою

підвищення етичності поведінки керівників і рядових співробітників можна використовувати заходи і методи, рекомендовані дослідниками етики бізнесу: етичні кодекси, карти етики, комітети з етики, соціальні ревізії, навчання етичній поведінці, етична експертиза, етичне консультування. Цінність бізнес етики полягає в тому, що вона дає практичні рекомендації, що і як треба робити, щоб такі загальнолюдські цінності, як чесність, довіра, справедливість стали невід'ємною частиною корпоративного життя кожної організації, як поводитися співробітникам, щоб уникнути складних етичних ситуацій, і що робити, якщо співробітник вже в ній опинився. засадовими для діяльності етичної бізнес-компанії повинні стати міжнародно визнані принципи ведення бізнесу, оскільки без їх дотримання неможливе залучення до України міжнародного капіталу, необхідного для соціально-економічного зростання і процвітання країни.

Для того щоб етичні принципи, норми, правила та стандарти перетворилися в реалії ділового життя, повинні застосовуватися механізми, за допомогою яких можна впровадити в практику етичні норми. До них відносяться: етичні кодекси, комітети з етики, тренінг, соціальні аудити, юридичні комітети, служби, що розглядають претензії громадян з етичних питань, зміни у корпоративній структурі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Герчикова И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики : учеб. пособие / И.Н. Герчикова. – М. : Консалтбанк, 2002. – 576 с.
2. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. – М. : Дело, 2000. – С. 106-107.
3. Де Джордж Р.Т. Деловая этика. Учебный курс для колледжей и университетов. Пер. с англ. Р.И. Столпера. – М. : Прогресс ИД Ринол Классик, 2003. – 736 с.
4. Сидоренко С.В. Теоретико-методологічні засади аналізу етики бізнесу / С.В. Сидоренко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. Випуск 39. – С. 91-105.
5. Абрамов И., Джонс К. Деловая этика: Руководство по управлению ответственным предприятием в развивающейся рыночной экономике / Пер. на рус. язык. – Вашингтон : Министерство торговли США; Управление международной торговли, 2005.
6. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке : учеб. пособие / Пер. с англ. – М. : Вильямс, 2001. – 340 с.
7. Герчанівська П.Е. Культура управління : навч. посібник / Герчанівська П.Е. – К. : ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2005. – 152 с.
8. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму : пер. з нім. О. Погорілого / Вебер Макс. – К. : Основи, 1994. – 261 с.