

УДК 331.104

**Харун О.А.***кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри міжнародних економічних відносин  
Хмельницького національного університету***Кошівська М.В.***магістр  
Хмельницького національного університету*

## КОДЕКС КОРПОРАТИВНОЇ ЕТИКИ ЯК ЗАГАЛЬНОПРИЙНЯТИЙ СТАНДАРТ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

### CORPORATE CODES OF ETHICS AS A GENERALLY ACCEPTED STANDARD OF INTERNATIONAL BUSINESS

#### АНОТАЦІЯ

У статті досліджено сутність поняття «етика». Розглянуто феномен корпоративної етики, її роль як основного елемента управління та розвитку організації. Визначено вплив ділової етики на розвиток міжнародного бізнесу. Означено основні характеристики етичного ведення міжнародного бізнесу та загальні норми поведінки інвесторів в іноземних країнах. Доведено, що економічна діяльність, бізнес, менеджмент можуть успішно здійснюватися тільки за наявності загальноприйнятих етичних норм.

**Ключові слова:** етика, кодекс корпоративної етики, міжнародний бізнес, етика ділових відносин, професійна етика, моральні принципи.

#### АННОТАЦИЯ

В статье исследована сущность понятия «этика». Рассмотрены феномен корпоративной этики, ее роль как основного элемента управления и развития организации. Определено, как деловая этика влияет на развитие международного бизнеса. Отмечены основные характеристики этического ведения международного бизнеса и общие нормы поведения инвесторов в странах. Доказано, что экономическая деятельность, бизнес, менеджмент могут успешно осуществляться только при наличии общепринятых этических норм.

**Ключевые слова:** этика, кодекс корпоративной этики, международный бизнес, этика деловых отношений, профессиональная этика, нравственные принципы.

#### ANNOTATION

The concept of "ethics" is considered in this article. The phenomenon of corporate ethics, its role as a core element of management and development of the organization is considered. The article identified the influence of business ethics on the development of international business. The main features of ethical conducting international business and common norms of investor behavior in a foreign states are described. It is proved that economic activity, business, and management can function successfully only in the presence of generally accepted ethical standards.

**Keywords:** ethics, corporate code of ethics, international business, ethics of business relations, professional ethics, moral principles.

**Постановка проблеми.** Сучасний міжнародний бізнес – це складна система з безліччю параметрів, і всі вони впливають на кінцевий результат, який передбачає отримання прибутку і розвиток фірми. Будь-який власник бізнесу вкладає в його розвиток час, енергію, гроші, сили. Одні зі складників, які суттєво впливають на розвиток компанії, – корпоративна культура і корпоративна етика. По суті, це – важливий інструмент менеджменту, що впливає на розвиток компанії та її вартість.

Однією з форм, що регулює принципи та правила ділової поведінки у міжнародній фірмі, організації, стали етичні кодекси, або кодекси поведінки [1]. Сучасні умови соціально-економічного та науково-технічного перетворення у сфері ринкових відносин вимагають утілення нових ціннісних підходів до системи управління взаємовідносин, спрямованих на стратегічне управління людськими ресурсами. Зміна ціннісних орієнтацій людства принесла радикальні зміни в етичну теорію й особливо в її прикладний аспект. Мінливість ділового середовища створила нагальну необхідність у комунікаціях зі співробітниками, партнерами, споживачами, що сприяло формуванню професійної етики як сукупності моральних норм, які визначають ставлення людини до професійного обов'язку.

Інтерес до феномену корпоративної етики зумовлений насамперед впливом корпоративної етики та культури на життя організації, її положення у зовнішньому світі, що, своєю чергою, відіграє неабияку роль у мобілізації ресурсів організації, необхідних для досягнення поставлених завдань, адже успішність будь-якої організації або колективу зумовлена різноманітними факторами, де однією з домінант виступає формування корпоративної етики організації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Загалом на проблему взаємозв'язку моральних вимог та суспільної праці звертали увагу різні мислителі, такі як давньогрецький філософ Аристотель, шотландський філософ-мораліст А. Сміт («Дослідження природи та причин багатства народів»), пізніше – французький філософ О. Конт, соціолог і філософ Е. Дюркгейм, які також наголошували на взаємозв'язку суспільної праці з моральними принципами [2].

Етика бізнесу, корпоративні етичні кодекси, їх основні завдання, а також питання підвищення етичного складника у сфері бізнесу є об'єктом різноманітних досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Питання професійної етики і моралі розглядали Т. Парсонс, Е. Дюркгейм, М. Вебер, П. Козловські, М. Фрідмен, Р. Мілтон та ін. Різноманітні підходи, які

сьогодні активно використовують в етиці бізнесу, розробили такі вчені, як І. Бентам, І. Кант, Д. Ролз. Моральні аспекти прийняття управлінських рішень вивчали І. Гурова, Ю. Петрунін, В. Борисов, Т. Чмут, Г. Чайка, Ю. Палеха та ін.; моральні фактори соціально-економічного прогресу, питання моралі в політиці, економіці та соціології досліджували О. Богомолов, Р. Грінберг, Л. Рубінштейн, Р. Ботавіна та ін.

**Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми.** Оскільки етичні норми різних міжнародних компаній відрізняються між собою й етичні проблеми в міжнародному бізнесі виникають у зв'язку з розбіжністю стандартів моралі і переконань у різних країнах світу за спільних вищих моральних цінностей, далеко не завжди ті самі вчинки, дії, форми поведінки в різних країнах набувають однакової етичної поведінки. Це відбувається через те, що основні моральні норми різняться між собою через відмінності у віруваннях і судженнях. Це потребує формування обґрунтованого підходу до норм міжнародного етичного кодексу для всього міжнародного бізнесу, а саме: вироблення етичних стандартів, прийнятих у всьому світі; врахування національної культури; залучення місцевого персоналу; підтримування країн, що розвиваються, шляхом розвитку фірм із міжнародними конкурентними стратегіями. Саме тому через багатогранність цієї проблеми й питання, які висвітлені не повною мірою, дослідження та аналіз корпоративних кодексів є одним із важливих напрямів наукових досліджень у сфері міжнародного бізнесу, яке потребує детального доопрацювання як у міжнародних компаніях світу, так і в підприємствах України.

**Мета статті** полягає у з'ясуванні сутності та ролі корпоративної етики та етичних кодексів в гармонійному й успішному розвитку міжнародного бізнесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Який же кодекс спілкування існує в цивілізованому світі? Він представлений пані Вівіан Кей, керівником групи стратегічних досліджень бізнесу. Такий кодекс містить низку певних правил:

- необхідно проникати в сутність ділових відносин країни, з якою ведеться бізнес;
- у діловій переписці використовувати імена людей чи назви організацій, які представили вас партнерами;
- дотримуватися стилю одягу, який би відповідав даному випадку;
- під час ділових переговорів підкреслювати оригінальні сторони вашої пропозиції, що відрізняють вас від інших фірм;
- фіксувати свою увагу на цілях партнера та на вашій допомозі у їх досягненні [3].

Якщо, порушуючи ті або інші норми поведінки у побуті й суспільстві, ви ризикуєте своєю репутацією вихованої людини, то в бізнесі такі помилки можуть коштувати великих грошей і кар'єри.

Відомий учений у сфері ділових відносин Дейл Карнегі стверджував, що успіх людини у фінансових справах на п'ятнадцять відсотків залежить від її професійних знань і на вісімдесят п'ять – від її вміння спілкуватися. Дійсно, будь-який бізнес – це скоординовані дії великої кількості людей, і ефективність цих дій безпосередньо залежить від їхньої здатності налагоджувати стосунки [3].

Корпоративна етика – явище досить нове. Про нього стали говорити тільки з того моменту, коли в різних галузях господарської та соціальної діяльності стали домінувати великі компанії, влаштовані за принципом скрупульозного поділу праці. Окремим випадком служать сучасні транснаціональні компанії, чия діяльність протікає в масштабах усього світу. Із цього погляду метою корпоративної етики можна вважати не збереження високих стандартів професії, а саме формування єдиного корпоративного духу в ситуації, коли деякі складові частини компанії розкидані в різних частинах світу.

Корпоративна етика, орієнтуючи на універсальні моральні принципи (насамперед принципи справедливості: рівність людських прав і повагу гідності людської істоти як індивідуальної особистості (Л. Кольберг); принцип благоговіння перед життям (А. Швейцер)), формує певний рівень морального розвитку як окремої особистості, так і організації у цілому [4].

Це, своєю чергою, сприяло формуванню своєрідного напрямку в економіці, представники якого (Р. Коуз, О. Вільямсон, Д. Нор) наголошували на необхідності введення в економічну проблематику етичної категорії «довіри». Доречно буде згадати Ф. Фукуяму [4], який у праці «Довіра», зазначаючи на неймовірній ролі культури, здійснює культурний аналіз суспільств із високим рівнем довіри (Німеччина), суспільств із низьким рівнем довіри (Італія, Франція, Корея), суспільств із кризою довіри (США). Футуролог наголошує, що сучасне суспільство зможе процвітати лише в умовах «збагаченої довіри», що можливо, на нашу думку, в умовах сформованої корпоративної культури та етики.

Етичні проблеми в міжнародному бізнесі виникають у зв'язку з розбіжністю стандартів моралі і переконань у різних країнах світу за спільних вищих моральних цінностей. Через те, що основні моральні норми різняться між собою через відмінності у віруваннях і судженнях, виникають протилежні погляди, які, своєю чергою, спираються на єдині принципи і подібні стандарти.

Істотне значення для розвитку сучасних міжнародних корпорацій мають так звані кодекси поведінки – погоджені на багатосторонній основі документи, що формулюють конкретні принципи і норми регулювання міжнародного бізнесу.

Під егідою Економічної і соціальної ради ООН (ЕКОСОС) був розроблений універсальний

кодекс, що охоплює всі аспекти діяльності міжнародних корпорацій.

Під егідою ЮНКТАД розроблений кодекс поведінки у сфері передачі технологій і зведення принципів і правил щодо обмежувальної ділової практики.

Під егідою МОП розроблена тристороння декларація про принципи, що стосуються багатонаціональних підприємств і соціальної політики.

В універсальному кодексі поведінки міжнародних корпорацій визначено основні норми їхньої діяльності, які представлені в табл. 1.

Окрім того, корпоративна етика містить систему моральних вимог і норм поведінки, які ґрунтуються на основних нормах та принципах етики, що вироблені моральною свідомістю суспільства (гідність, обов'язок і т. д.) та які відтворюються у поведінці учасників ділових відносин. Тобто особистісні та професійні цінності спираються на загальнолюдські моральні норми і принципи: принцип блага, особисті чесноти (чесність, відкритість, відповідальність; християнські чесноти: любов до іншого, милосердя, співчуття); принципи «суспільного договору» та «розумного егоїзму» та становлять основу сучасної професійної діяльності та спілкування.

Це ще раз доводить, що етика є невід'ємною частиною розвитку будь-якої професійної діяльності. При цьому єдиний «еталон» морального стандарту відсутній, адже у кожної людини є своє власне розуміння моральних норм, а організації «конструюють» свої власні концепції.

У розвинених країнах Заходу, коли виникла потреба впорядкування взаємовідносин усередині фірм та корпорацій, а також усвідомлення їх місця в інфраструктурі економічних, торговельних та промислових зв'язків, на всесвітньому конгресі зі стійкого розвитку Л. Холм і Р. Ватс у доповіді Making Good Business Sense наголосили, що корпоративна етика – це від-

повідальність та постійна прерогатива вести професійні справи на основі етики і робити свій внесок в економічний розвиток, одночасно поліпшуючи якість життя своїх робітників та їх сімей, як і суспільства у цілому [6], де корпоративна етика, корпоративна політика у сфері охорони навколишнього середовища, підходи до корпоративного управління, питання прав людини у професійному аспекті, політика щодо персоналу організації становлять єдине ціле [7].

Головним завданням корпоративної етики є встановлення ціннісних пріоритетів щодо груп та шляхи узгодження їх інтересів, а основними функціями корпоративної етики організації є: репутаційна (формування довіри до компанії); управлінська (регламентує пріоритет взаємодії з зовнішніми групами, визначає порядок прийняття рішень в складних етичних ситуаціях та вказує на не прийнятні форми поведінки); розвивальна (наявність корпоративної етики є основним ядром у формуванні корпоративної культури організації та трансляції цінностей організації всім її співробітникам) [8].

Із поширенням міжнародних економічних відносин проблеми етичного регулювання бізнесу наприкінці минулого століття набули інтернаціонального характеру. У зв'язку із цим зусиллями ООН, Організації економічного співробітництва та розвитку, Міжнародної торгової палати було прийнято міжнародні зведення правил, що регулюють поведінку суб'єктів господарської діяльності, які займаються міжнародним бізнесом. Значну роботу в цьому напрямі веде й Рада Європи.

Особливого значення це питання набуло у зв'язку з розширенням діяльності транснаціональних компаній (ТНК). Вони через свою організаційну структуру не можуть бути об'єктом регулювання і підлягати праву однієї держави. Саме тому було поставлене питання про створення та прийняття кодексу міжнародної пове-

Таблиця 1

Універсальний кодекс поведінки міжнародних корпорацій [5]

Сфера застосування	Основні норми діяльності
Власності і контролю	Запропоновано сприяти реалізації на своїх закордонних підприємствах поставлених приймаючими державами завдань щодо забезпечення відповідної участі в акціонерному капіталі, ефективного контролю з боку місцевих партнерів, а також віддавати пріоритет під час наймання і просування на всі посади господарського управління національним кадрам.
Валютно-фінансова	Покликані консультувати і співробітничати з урядами приймаючих країн для пом'якшення проблем, пов'язаних зі станом їхніх платіжних систем і фінансів. Запропоновано не допускати дій, що можуть спричинити негативний вплив на функціонування ринків капіталу в приймаючих країнах, здатних, зокрема, ускладнити одержання коштів іншими філіями.
Трансферного ціноутворення	Не повинні застосовувати практику встановлення цін, які б не базувалися на відповідних цінах вільного ринку.
Оподаткування	Міжнародні корпорації не можуть використовувати корпоративну структуру для зміни бази врахування податків у приймаючих країнах.
Захисту споживачів	Міжнародні корпорації покликані неухильно дотримуватися відповідних міжнародних стандартів для того, щоб виключити небезпеку для життя і здоров'я споживачів їхньої продукції, а також не допускати розбіжностей в якості товарів на різних ринках на шкоду споживачам.
Політична	Міжнародні корпорації мають дотримуватися принципів невтручання у внутрішньополітичні справи приймаючих країн.

дінки для них. Робота над кодексом триває й нині. Для регулювання діяльності ТНК в етичному плані розглядаються такі питання:

- забезпечити повагу з боку транснаціональних корпорацій до національного суверенітету країн, в яких вони оперують, і зобов'язати дотримуватися місцевих законів, постанов та адміністративних розпоряджень;

- зобов'язати ТНК відповідати у своїй діяльності цілям, пріоритетам і політиці країн, в яких вони оперують, а також поважати місцеві соціальні та культурні принципи і цінності; забезпечити повагу з боку ТНК до прав людини і загальних свобод;

- заборонити ТНК утручатися у внутрішньополітичний процес суверенних держав та в міждержавні відносини;

- утримати ТНК від корупції в економіці та політиці.

Отже, розвиток партнерських відносин і зростаюча залежність бізнесу організацій як на національному, так і міжнародному ринку стимулювали розвиток ділової етики. Етичні вимоги знаходять відображення в корпоративних і професійних кодексах і стають ядром корпоративної культури організацій [9].

Вважають, що родоначальниками корпоративних кодексів були японські компанії. Потім кодекси почали широко впроваджуватися у Сполучених Штатах Америки на початку ХХ ст. [10]. До кодексів включався перелік деяких норм поведінки з клієнтами та конкурентами. Такий документ був прийнятий ще у 1945 р. компанією «Джонсон і Джонсон» і досі не змінювався.

Корпоративні кодекси приймають не тільки американські, а й європейські, канадські, японські фірми. Аналіз літературних джерел дає змогу уявити структуру, наприклад, японських кодексів:

А. Ставлення до компанії: відданість; вдячність.

Б. Ставлення до роботи: ретельність; відповідальність; старанність; ошадливість; почуття гордості за свою роботу.

В. Ставлення до старших: повага; чемність.

Г. Ставлення до співробітників: співробітництво; визнання заслуг.

Вінцем таких кодексів, стверджував К. Татеісі, засновник та голова японської корпорації «Омрон», повинен бути зрозумілий та сприйнятий усім персоналом ідеал. Зазвичай такий ідеал формується у вигляді девізу: «Працювати в ім'я кращого життя, кращого світу для всіх» [1].

Вже на початку 90-х років ХХ ст. обговорення етичних питань у бізнесі вийшли на світовий рівень та знайшли своє втілення у створенні узагальнених норм і правил поведінки в бізнесовій діяльності, які можна представити у такому переліку: Сім принципів ведення бізнесу (1994 р., Швейцарія), що остаточно був затверджений у 1998 р., містить головні принципи глобальної корпоративної відповідаль-

ності, представлені у 60 принципах; Глобальні принципи Салівана (1999 р.) – директиви загального порядку стосовно етики ділового спілкування, трудових відносин в організаціях та впливу діяльності транснаціональних компаній на навколишнє середовище; Глобальний пакт ООН (2000 р.) – представлений дев'ятьма принципами у використанні в діяльності транснаціональних компаній та ін.

Ці документи закликають до прийняття ділових рішень з урахуванням моральних цінностей, як загальнолюдських, так і особистих, які є рекомендованими до виконання постулатами, оскільки визначають бізнес-поведінку компаній. При цьому актуалізується проблема морального обов'язку незалежно від виду діяльності: перед суспільством (навколишнє середовище), споживачами (насамперед безпека, право вибору і право на вимоги), співробітниками (умови праці, охорона здоров'я та гідна оплата), власниками та інвесторами (доступ до інформації, чесний розподіл прибутку, недоречність обману і т. д.), поставниками та конкурентами [4].

Етичний кодекс може мати будь-яка організація – як велика корпорація, так і нечисленна структура. Кожна компанія розробляє свій кодекс і дає йому свою назву, наприклад: «Кодекс ділової етики» «Проктор енд Гембл» (Procter and Gambl), «Кодекс принципів ділової етики» «Юнілевер» (Unilever), «Кодекс ділової поведінки» «Кока-кола» (Coca Cola). За оцінкою журналу Fortune, у США 450 з 500 кращих американських компаній і майже 50% усіх інших мають етичні кодекси [9]. У кодексі етики компанії «Епл Консалтинг» (Apple-Consulting), що вже кілька років працює в Україні, серед іншого, записано: «Консультанти компанії беруть на себе зобов'язання ставити інтереси поточних та перспективних клієнтів понад власні, зберігати незалежність поглядів і дій, тримати справи своїх клієнтів у суворому секреті, прагнути постійно підвищувати свою професійну майстерність, дотримувати і розвивати стандарти управлінського консультування, підтримувати честь і гідність професії і дотримуватися високих стандартів особистої поведінки» [9].

Серед українських компаній кодекси поведінки найчастіше приймають фірми з іноземним капіталом. Унаслідок могутнього всесвітнього процесу об'єднання і посилення економічних зв'язків відбувається зростання ринків експорту й імпорту, багато компаній стають багатонаціональними. Діловий успіх став більшою мірою визначатися знанням і дотриманням етикету бізнесменами (і не тільки ними) тих країн, з якими вони співробітничують. Не менш важливо знати про особливості культури, традицій і правил хорошего тону країн, звідки до вас приїжджають ділові партнери. Слід ознайомитися зі звичаями й етикетом цих країн і деякими правилами поведінки

бізнесменів міжнародного рівня. Головне, що властиво всім європейським бізнесменам, – це пунктуальність. Німці, англійці, бельгійці, бізнесмени інших європейських країн не люблять, якщо запрошені спізнюються на ділову зустріч. Приходить на зустріч прийнято за 10–20 хвилин до призначеного часу.

Однією з причин, чому інвестиції в Україну надаються іноземними інвесторами не дуже охоче, є недовіра до наших підприємців, які не завжди дотримуються слова, підписаних контрактів, порушують етичні принципи ведення бізнесу, етику ділових стосунків.

Економічна діяльність, бізнес, менеджмент можуть успішно здійснюватися тільки за наявності загальноприйнятих етичних норм. Повинні існувати певні правила, норми, що вказують, яка поведінка є допустимою, а яка ні. Якщо діловий партнер не «тримає слово», зриваються переговори, постачаються неякісні товари, відбуваються обман, нечесна конкуренція, неповага, грубість до партнерів, клієнтів, покупця – це все буде гальмувати економічні успіхи, бізнес.

Якщо в західноєвропейських та американських фірмах для налагодження ділових зв'язків достатньо обміну офіційними листами, то японським бізнесменам важливий безпосередній контакт із потенційним партнером і особиста зустріч. Усна угода має для японського партнера більшу вагу, ніж письмовий контракт. Це впливає на організації японського ділового спілкування на досягнення гармонії, консенсусу і компромісів. Багато японців народжуються і помирають, ніколи в житті не звернувшись до юриста, а багато японських компаній не мають юридичної служби для вирішення конфліктних ситуацій. У ході переговорів важливо дотримуватися толерантності, коректних і доброзичливих стосунків між співрозмовниками, яких би суперечливих поглядів вони не дотримувалися. Японські бізнесмени намагаються уникнути відмов у проханні, вони намагаються вживати такі вирази, як: «це дуже важко», «це необхідно ретельно вивчити» [10].

Встановлюючи ділові контакти із західними бізнесменами, слід мати на увазі їх певний інфантилізм, небажання перетворювати бізнес у науку або важку роботу. Англійський бізнесмен дотримується «ритуалістичних концепцій у поглядах на життя», завжди робить так, як прийнято в суспільстві. На переговорах позиція англійських бізнесменів досить жорстка, торгово-політичні фактори переважають над чисто комерційними. Під час ведення переговорів залучається багаточисельний фактичний, довідковий і стратегічний матеріал. Прораховується кожна позиція, точно фіксуються будь-яка деталь і позиція контракту. Під час проведення ділових переговорів з англійськими бізнесменами обговорюється не тільки контракт, а й широке коло питань, які зачіпають перспективи подальшого співробітництва.

Перед початком ділових переговорів з англійськими бізнесменами партнерові необхідно в'яснити структуру ринку товарів тієї чи іншої фірми, її комерційне і корпоративне «обличчя».

Без дотримання етичних норм уся інфраструктура бізнесу, яка здебільшого будується на основі неформальних угод, неформальних контрактів, довіри партнерів один до одного, буде порушеною, тому ступінь довіри партнерів до етичних стандартів один до одного відіграє суттєву роль у бізнесі. Опитування менеджерів, проведені у Франції, Німеччині, США, показали, що більшість із них поділяє точку зору, що здорова етика є запорукою успішного бізнесу [11].

Із вищевказаного стає очевидним, що українським бізнесменам варто знати й урахувати особливості стилю ділових переговорів зарубіжних партнерів. Йдеться не про копіювання, а про передбачення поведінки ділових партнерів, налагодження ефективного спілкування, порозуміння.

Наприклад, український підприємець звертається з діловою пропозицією щодо інвестиції в проект. Західний партнер відповідає: «Так, це гарний проект. На мою думку, у нього великі перспективи». Наш підприємець задоволений, доповідає керівництву, розповідає і запрошує взяти участь у проекті партнерів. Проте незабаром дізнається, що контракт не буде підписаний, адже слова «мені подобається проект» – це лише оцінка, свого роду форма ввічливості. Для західного інвестора робота над проектом – це тривалий і трудомісткий процес.

Для українців, більш стриманих у прояві почуттів, здається верхом демократизму й ознакою довіри, коли під час першої зустрічі американці, наприклад, усіляко виявляють дружнє ставлення. Однак за близькому знайомства виявляється, що американський діловий світ жорстокий, а прояв почуттів і зовнішня ввічливість приховують лише внутрішню жорсткість.

Ділові переговори дають бажані результати, якщо здійснюються відповідно до міжнародних правил, вироблених досвідом багатьох країн і поколінь. Ці правила зафіксовані у формі дипломатичного протоколу і міжнародного етикету. Норми дипломатичного протоколу загальноновизнані й у всіх країнах більш-менш однаково, хоча кожна з них вносить свої поправки і доповнення, що впливають з її національних особливостей [1].

**Висновки.** Отже, використання принципів та норм етики ділових відносин у міжнародному бізнесі впливає на: регулювання відносин між економічними суб'єктами ринку на підставі виконання договірних зобов'язань та дотримання права (виконання сторонами контрактних зобов'язань, покриття збитків партнеру в разі заподіяння шкоди, запобігання порушень ділової практики й вільної конкуренції та ін.); культуру ділового партнерства, що базується на довірі, добропорядності, чес-

ності, вмінні тримати своє слово, виключенні обману, безвідповідальності, зловживань довірою партнера, а також забезпеченні етичного ставлення підприємця до своїх працівників [11]. Досі не застаріла думка, висловлена багато років тому великим просвітителем епохи Відродження письменником Сервантесом: «Ніщо не обходиться нам так дешево і не цінується так дорого, як увічливість» [12]. Гарні манери, стиль поведінки, делікатність, тактовність не формуються самі по собі. Сформовані норми моральності є результатом тривалого за часом процесу становлення взаємин між людьми. Без дотримання цих норм неможливі політичні, економічні, культурні відносини, тому що не можна існувати, не поважаючи один одного, не накладаючи на себе певних обмежень.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Статінова Н.П. Етика бізнесу : [навч. посіб.] / Н.П. Статінова, С.Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2011. – 280 с.
2. Рихліцька О.Д. До питання корпоративної етики в сучасній організації / О.Д. Рихліцька // Гуманітарний часопис. – 2011. – Вип. 1. – С. 89–97.
3. Юхименко П.І. Міжнародний менеджмент : [навч. посіб.] / П.І. Юхименко, Л.П. Гацька, М.В. Півторак. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
4. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма ; пер. с англ. – М. : АСТ ; Ермак, 2004. – 730 с.
5. Хитра О.В. Організаційна поведінка / О.В. Хитра. – Хмельницький : ХНУ, 2008. – 247 с.
6. Кибанов А.Я. Этика деловых отношений / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 368 с.
7. Печчеї А. Человеческие качества / А. Печчеї. – М. : Дело, 2010. – 302 с.
8. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества / Р. Инглхарт // Политические исследования. – 2012. – Вип. 4. – С. 11.
9. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера / Г.Л. Чайка. – К. : Знання, 2005. – 442 с.
10. Діловий етикет у міжнародному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.big-lib.com/book/40\\_Dilovii\\_etiket\\_y\\_mijnarodnomy\\_biznesi](http://www.big-lib.com/book/40_Dilovii_etiket_y_mijnarodnomy_biznesi).
11. Луков В. Этика бизнеса / В. Луков // Международная жизнь. – 2004. – Вип. 1. – С. 77–85.
12. Балашов Л.Є. Етика : [навч. посіб.] / Л.Є. Балашов. – М. : Дашков и К, 2003. – 137 с.