

## МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ КОНЦЕПЦІЇ ЕТИЧНОЇ КОМПАНІЇ В БІЗНЕСІ

Шавкун І.Г. (м. Запоріжжя)

### **Анотація**

Сьогодні корпоративна етика є ключовим елементом, об'єднуючим людей в єдиний соціальний організм (людське співтовариство). Під впливом корпоративної етики діяльність персоналу організовується не стільки за допомогою наказів або компромісів, скільки за рахунок внутрішньої узгодженості орієнтирів і прагнень співробітників. Організація, побудована на єдності світогляду і ціннісних настанов її членів, стає найбільш гармонійною і динамічною формою бізнес-співтовариства. В статті аналізується сутність поняття «етична організація» та принципи її функціонування в бізнесі.

*Today corporate ethics is a key element, uniting people in the common social organism. Under the influence of corporate ethics the activity of the staff is organized not due to orders or compromises, but by means of internal co-ordination of the employees' values and aspirations. The organization, built on the common world view and values of its members, becomes the most harmonious and dynamic form of business environment. In the article there is analysed the essence of the concept of ethical organization as well as the basic principles of its functioning in business.*

### **Ключові слова:**

ЕТИКА БІЗНЕСУ, КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА, ЕТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ЕТИЧНА БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЯ, СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ.

### **Вступ**

Довготривала виживаність і розвиток бізнес-компанії залежать не тільки від її прибутковості. Вони передбачають справедливе ставлення до найнятих робітників, гідну оплату і безпеку їх праці, високу якість продукції і послуг, збереження навколишнього середовища, правдивість реклами, дотримання всіх зобов'язань перед державою, партнерами, акціонерами, працівниками, участь у соціально-економічному розвитку регіонів, де розташована фірма, а також у добродійній діяльності, доступ громадськості і державних органів до всіх видів інформації щодо справи фірми. **Як наслідок**, сучасна бізнес-компанія стає соціально-економічною організацією, в якій етичні норми є найважливішим регулятором внутрішньофірмових і міжфірмових відносин, а також відносин усередині суспільства в цілому. Це вимагає інших підходів до розуміння сутності поняття «етична бізнес-компанія» і **актуалізує** дану тему дослідження.

Дотичним до зазначеної проблеми є ціла низка наукових розвідок, де обґрунтовується думка про те, що використання етичних засад у професійній діяльності ділових людей вдосконалює бізнес, посилює його соціальну ефективність і привабливість [6; 7; 14]. Проблематика прикладної етики знайшла відображення також у спеціальних наукових дослідженнях, присвячених питанням моральної регуляції підприємницької діяльності [5], етичним засадам соціального менеджменту [3], впливу моральних цінностей на економічну поведінку [9]. Низка наукових доробок досліджує етику бізнесу як важливий варіант практичної моральної філософії [2], розкриває базові теоретичні підходи до аналізу моральних проблем ділової сфери [11].

**Мета статті:** стрімкі зміни соціально-економічних реалій потребують подальшого вивчення своєрідності формування етичних засад бізнес-культури українських організацій, її обумовленість соціально-статусним положенням і мотиваційними інтересами суб'єктів цієї діяльності.

### **Обговорення проблеми**

Перш, ніж перейти безпосередньо до аналізу зазначеної проблеми, вважається доцільним навести визначення найважливіших для розкриття даної теми понять. На наш погляд, такими поняттями виступають поняття «етика бізнесу» та «корпоративна етика».

«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» [10, с. 58]. 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 в 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 – 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 (праксеологічну) функцію, будучи системою етичних орієнтирів у підприємницькій справі [6]. Корпоративна етика, на відміну від універсальної, обумовлена особливостями

діяльності і цілями даної організації, а також стереотипами поведінки, що історично склалися в 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 [10, с. 92]. Вона охоплює явища різних порядків: етичну оцінку як внутрішньої, так і зовнішньої політики організацій у цілому; моральні принципи членів організації, тобто професійну мораль; моральний клімат в організації; зразки моральної поведінки; норми ділового етикету як ритуалізовані зовнішні норми поведінки. Сьогодні найбільш ефективно таке управління, яке спрямовано на підвищення ролі людського чинника. Людиноцентричний менеджмент забезпечує вільний розвиток кожного працівника, задоволення його особистих інтересів, задумів, сподівань, розкриває ініціативу, творчі здібності кожного члена колективу. Такий менеджмент визначається як етичний, оскільки базується на етичних засадах, на сукупності інтересів; є орієнтованим на розвиток людських відносин, у фундаменті яких закладені культура, свобода і ініціатива.

Уміле і своєчасне використання ще далеко не до кінця розкритих можливостей етично орієнтованого менеджменту приносить компаніям величезний господарський і моральний ефект. При відносно невеликих витратах такий менеджмент виступає і як важливий чинник вирішення соціальних і етичних проблем. Причому не тільки на локальному, місцевому **рівнях** (колектив, об'єднання, корпорація). Особливо гостро на ділову етику впливає корпоративне управління як суттєвий чинник регулювання складної системи стосунків між акціонерами, радою директорів, менеджерами, співробітниками компанії та іншими зацікавленими сторонами корпорації (постачальниками товарів і послуг, дистриб'юторами, продавцями, кінцевими споживачами, місцевим населенням і органами влади). В наші дні ділова етика як «кодекс честі» сучасного українського підприємця перебуває у стадії становлення. Сьогодні особливістю вітчизняного бізнесу є локальне формування моральних принципів і етичних норм підприємництва на засадах спільності напряму бізнесу, в рамках неформальних ділових об'єднань, корпорацій або навіть окремих компаній. У корпоративному управлінні, незалежно від сфери діяльності акціонерного товариства, ділова етика складається з **властивих сучасній Україні** високих політичних і економічних ризиків, високого рівня кримінальності і корупції, суперечливого ставлення суспільства до бізнесу і підприємців.

Сьогодні корпоративна етика виступає як форма суспільної свідомості, властива як підприємцям, так і найнятим робітникам, яких об'єднують спільні цілі їх професійної діяльності. Вона є результатом усвідомлення професійних інтересів як із боку підприємців, менеджерів, так і з боку найнятих робітників. Це уможливорюється, зокрема, завдяки «дифузії» власності, коли багато найнятих робітників є одночасно і акціонерами своєї компанії, тому безпосередньо зацікавлені в

підвищенні ефективності виробництва. На початку XXI століття в розвинених країнах ідеологія корпоративізму стала знов актуальною у зв'язку з **посиленням** конкуренції і необхідністю об'єднання зусиль усіх членів корпорації незалежно від їх статусу у боротьбі за виживання і розвиток. Однією з перших етико-економічних концепцій бізнес-корпорації вважається концепція відомого американського підприємця Г.Форда. Більшість його принципів зберігає своє практичне значення і до нині. Стисло суть фордовської етики можна сформулювати наступними тезами: якість передусім; постійне вдосконалення є запорукою успіху; участь співробітників у справі і прибутку є невід'ємною складовою роботи організації; торговці і постачальники розглядаються як партнери; у справі соціальної і суспільної значущості немає компромісів [13].

Сучасні концепції етичної бізнес-корпорації 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. Так, наприклад, згідно однієї з таких концепцій, етичність або відповідальність підприємства трактується як якість його поведіння, відповідна чотирьом рівням корпоративної ідентичності: належне управління ризиками; дотримання законів і норм; зміцнення репутації; сприяння розвитку співтовариства [1].

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. Етика, згідно лауреату Нобелівської премії з економіки Мілтона Фрідмана, має для бізнесу «маргінальне» значення, а моральні оцінки допустимі стосовно особи підприємця, але не щодо його діяльності. Разом із 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 в 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 [7]. **По-друге**, більшість існуючих корпоративних кодексів, особливо у великих корпораціях, орієнтовані скоріше на потреби самої компанії та проголошує 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. Аналіз системи регулятивів етики бізнесу у корпорації уможливорює виокремлення наступних її рівнів. Передусім, йдеться про рівень етичних принципів (імперативів), домінуючих у зовнішньому для корпорації середовищі, зміна яких залежить від динаміки культурних архетипів у суспільстві. Культура і етика корпорації не є ізольованим феноменом. Останнім часом об'єктом пильної уваги виступають національні відмінності щодо трудових відносин і корпоративної етики. Особливо успішно слід визнати японську практику [15]. У США і європейських країнах навіть виник особливий феномен, що визначається як «японізація менеджменту». Важко знайти таку розвинену західну країну, де б не намагалися впровадити японські «гуртки якості». Мода на японський стиль управління не минула й до цього дня. Хоча, наприклад, Ф.Фукуяма, в своїй роботі, присвяченій темі довіри, вважає, що у сучасному економічному світі суттєво зростає роль культури. Внаслідок проведення культурного аналізу він виокремлює суспільства з високим рівнем довіри (Німеччина), суспільства з низьким рівнем довіри (Італія, Франція, Корея), суспільства з кризою довіри (США). Футуролог вважає, що сучасне економічне співтовариство зможе процвітати в умовах «збагаченої довіри». Не викликає сумнівів, що це можливо в умовах корпоративної культури і етики. Проте все ж таки варто зупинитися на універсальних і загальнозначущих рисах корпоративної етики як **інструмента** управління трудовими відносинами у бізнес-корпорації.

Сучасні загальні етичні принципи етики бізнесу засновані на аксіомах світової філософії і перевірені багатовіковою практикою не лише ділового світу. Вони вдало сформульовані американським соціологом Л. Хосмером:

1. Ніколи не роби того, що не в твоїх довгострокових інтересах або інтересах твоєї компанії. Принцип заснований на вченні давньогрецького філософа Протагора про особисті інтереси, що поєднуються з інтересами інших людей, про відмінність між довгостроковими і короткостроковими інтересами.

2. Ніколи не роби того, про що не можна б було сказати, що це є дійсно чесне, відкрите і істинне, таким, що не можна було б з гордістю оприлюднити на всю країну. Принцип заснований на поглядах Арістотеля і Платона щодо таких особистих чеснот, як чесність, відвертість і помірність.

3. Ніколи не роби того, що не є добре, що не сприяє формуванню відчуття причетності до досягнення спільної мети. Тут доречно згадати філософські погляди Святого Августина, оскільки зазначений принцип заснований на заповідях всесвітніх релігій, що закликають до добра і усвідомлення взаємозв'язку і взаємозалежності.

4. Ніколи не роби того, що порушує закон, бо в законі представлені мінімальні моральні норми суспільства. Принцип заснований на вченні Т. Гоббса і Дж. Локка щодо ролі держави як арбітра в конкуренції між людьми за блага.

5. Ніколи не роби того, що не призведе до більшого блага для суспільства, в якому ти живеш. Принцип заснований на етиці утилітаризму – практичній користі етичної поведінки, розробленої І. Бентамом і Джоном С. Міллем.

6. Ніколи не роби того, чого ти не бажав би рекомендувати робити іншим, які опинилися в схожій ситуації. Принцип заснований на імперативі І.Канта щодо правила універсальної, загальної норми.

7. Ніколи не роби того, що ущемляє встановлені права інших. Принцип заснований на поглядах Ж-Ж. Руссо і Д. Джефферсона на право особистості.

8. Завжди вчиняй так, щоб максимізувати прибуток у рамках закону, вимог ринку і з повним урахуванням витрат, бо максимальний прибуток при дотриманні цих умов свідчить про найбільшу ефективність виробництва. Принцип заснований на економічній теорії А. Сміта і вченні В.Парето щодо оптимальної операції.

9. Ніколи не роби того, що могло б пошкодити слабким у суспільстві. Принцип заснований на правилі розподільної справедливості Дж. Роулза.

10. Ніколи не роби того, що перешкоджало б правам іншої людини на саморозвиток і самореалізацію. Принцип заснований на теорії Р. Нозіка про розширення міри свободи особи, необхідної для розвитку суспільства.

Наступним рівнем у системі регулятивів етики бізнесу в корпорації можна вважати нормативні акти, що регламентують поведінку співробітників корпорації.

У зарубіжній управлінській практиці вироблена низка спеціальних заходів і методів, спрямованих на формування здорової етичної основи трудових відносин: корпоративні кодекси, що є зведенням принципів і правил ділової поведінки, центральним елементом корпоративної етики; «карти етики» – набір етичних правил і рекомендацій, що конкретизують етичний кодекс корпорації для кожного співробітника компанії; етичні комітети покликані виробляти етичну політику організації, а також вирішувати конкретні етичні проблеми, що виникають у ході повсякденної практики; навчання співробітників і керівників етичній поведінці здійснюється, як правило, через семінари і короткострокові

курси [10, 106-107]. Етична проблематика також активно інтегрується в систему вищої освіти. Тут також доцільно відмітити зростаюче значення загальнонаціональних і міжнародних регуляторів ділової етики і трудових стосунків. Міжнародні зведення правил ведення бізнесу ухвалені ООН, Міжнародною торговою палатою і Організацією економічного співробітництва і розвитку. Прообраз світової системи етичних стандартів можна побачити в «Принципах ведення бізнесу» «Круглого столу Ко». Вони були прийняті в 1994 році в швейцарському містечку Ко (Саух) лідерами бізнесу Японії, Західної Європи і Сполучених Штатів і до сьогоднішнього дня набули загального визнання в міжнародному діловому співтоваристві. Здійснена спроба виробити єдиний кодекс поведінки для бізнесменів двох систем ділової поведінки, що істотно розрізняються: західної і східної (азіатської).

Преамбула Декларації Ко констатує: «Закони і рушійні сили ринку є необхідним, але не достатнім керівництвом до дії. Фундаментальними принципами виступають відповідальність за політику і дії у сфері бізнесу, повага до людської гідності та інтересів учасників бізнесу». У стислому вигляді запропоновані принципи зводяться до наступного: соціальна відповідальність бізнесу, створення суспільних благ, робочих місць; підвищення рівня життя клієнтів, службовців і акціонерів, а також населення в цілому; модернізація технологій, методів виробництва, маркетингу і комунікацій; підвищення довіри до бізнесу; повага до правових норм і забезпечення рівних можливостей у конкуренції; визнання верховенства етичних норм (деякі операції, дозволені законом, можуть бути неприйнятні з погляду моралі); сприяння вільному розвитку багатосторонньої торгівлі; шанобливе ставлення до навколишнього середовища; відмова від протизаконних дій (хабарництва, відмивання грошей, продажу зброї терористам, наркоторгівлі). Особливо наголошуються моральні зобов'язання компаній і підприємців щодо ставлення до таких категорій осіб, як покупці, працівники, власники і інвестори, постачальники, конкуренти, локальне товариство. Ці гіпернорми є такими, що превалюють над національними і корпоративними етичними кодексами і правилами.

Черговим рівнем у системі **регулятивів етики бізнесу** в корпорації виступають колективи співробітників корпорації, чия діяльність визначається моральним кліматом організації. У зв'язку з цим актуалізується проблема ролі керівників бізнес-організації. Її еволюція знайшла віддзеркалення в наступному факті. Спочатку вищі управлінські пости і **лідуючі позиції** у розбудові проблем управління обіймали інженери, що прагнули максимально раціоналізувати і механізувати виробництво. На зміну їм прийшли економісти і фінансисти, що бачили головне завдання в отриманні максимуму прибутку за рахунок правильного використання економічних законів і ефективного управління капіталом. За сучасних умов керівниками вищого рангу і розробниками глобальних проблем соціального управління стають представники

структур кадрового менеджменту, для яких центральною виступає сучасна концепція управління людиною. Сучасне управління персоналом вимагає від керівника нових якостей. Він одночасно має бути далекоглядним стратегом, авторитетним лідером, соціальним партнером, сміливим новатором, духовним наставником. Очевидно, що саме ціннісні уявлення самого керівника переважно визначають етичні норми і організаційну культуру підприємства. Етичні норми транслиуються «зверху – вниз». Якщо керівництво порушуватиме положення кодексу, цілком логічно, що співробітники також не почнуть його виконувати. Здійснення з боку топ-менеджменту зворотного зв'язку з найнятими робітниками щодо питань стандартів, процедур, очікувань і функціонування підприємства – з одного боку, а з іншого – чесна, відкрита, своєчасна реакція співробітників на всі події, що відбуваються в організації, – це те, що дозволяє компанії вижити, і те, у що її керівники готові інвестувати кошти і увагу.

**Критерії і концепція етичності компанії**, прописані в етичних документах – положеннях про місію, цінності, кодекси, стандарти поведінки, ведення бізнесу, тільки тоді набувають легітимності і стають інструментом етичного менеджменту, коли вони відповідають індивідуальним мотивам кожного співробітника, спонукають його до моральної діяльності, підкоренню відчуттю обов'язку і затвердженню ідеалів добра і справедливості. Етичні документи зазвичай запроваджуються як єдині для всіх співробітників організації – незалежно від посади, стажу і тому подібного. Нехтування етичними нормами знецінює ідею. Базовим обмеженням впровадження етичних норм у вітчизняні бізнес-організації виступає неможливість їх прямого адміністративного регулювання. Царина індивідуальних етичних настанов є занадто делікатною для безпосереднього втручання за допомогою директивних важелів, а кодекс, як правило, не передбачає юридичної відповідальності за його невиконання. Слід також урахувати, що впровадження етичних норм у діяльність українських бізнес-компаній може бути ефективним тільки за умов урахування сучасної української специфіки – **фактору корупціогенності**, недооцінки впливу етичних чинників на успішність бізнесу, нерозвиненості багатьох інститутів корпоративного управління в компаніях і, як наслідок, їх неготовності виходити на нові рубежі розвитку бізнесу, зокрема, пов'язані з впровадженням етичних стандартів і принципів корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративні кодекси можуть бути різними за формою викладу і рубрикації. Це залежить від специфіки конкретних галузей, регіонів, підприємств, преференцій керівництва тощо. Проте в змістовному плані, на наш погляд, у них має знайти віддзеркалення низка ключових принципів та ідей, які слід розглядати як провідні при визначенні бізнес-організації як етичної. Зупинимось на деяких із них докладніше. **Принцип відвертості**. Цілі, завдання і інші аспекти

діяльності корпорації мають бути відкриті і ясні для співробітників, які повинні розуміти, що і навіщо вони роблять. Тільки в цьому випадку можливе формування ефективної мотивації праці. Цей принцип стосується і положень етичного кодексу, а також інших важливих корпоративних документів.

**Принцип людської гідності.** Необхідно пам'ятати, що будь-яка бізнес-діяльність, зрештою, здійснюється в ім'я людини, і в трудовому процесі не повинна ущемлятися її гідність. Це стосується як методів управління, так і практики безпосередніх міжособових контактів в організації.

**Принцип співучасті.** Йдеться про ухвалення рішень щодо важливих питань, що зачіпають гарантії і умови зайнятості, добробут співробітників тощо. Керівництву слід уникати односторонніх силових методів, «проштовхування» рішень. Інакше є ризик зіткнутися з опором працівників, який може набувати вельми витончені форми. Крім того, участь працівників в ухваленні або узгодженні рішень створює відчуття причетності і сприяє зміцненню ідеї «спільної справи».

**Принцип субсидіарності (доповненості).** Він стосується розмежування компетенції між різними рівнями управління і процедурних аспектів внутрішньоорганізаційної діяльності. Принцип субсидіарності полягає в тому, що вирішення якої-небудь проблеми переміщується на іншу, вищу інстанцію тільки після вичерпання власних регулюючих можливостей нижчестоячого рівня. Це означає невтручання вищестоячих структур, функціонування не за принципом їх всесильності, а за принципом доповнення. Корпоративний кодекс лише перший, але дуже важливий крок на шляху формування етики трудових відносин в організації. Не варто будувати ілюзій, що сам факт його ухвалення створить здоровий психологічний клімат і гармонізує трудові стосунки. Дійсно, сьогодні багато корпоративних кодексів так і залишаються деклараціями і приймаються в певні моменти. Наприклад, перед виходом компанії на зарубіжні ринки або в процесі залучення західних інвесторів.

### **Висновки**

Отже, проаналізувавши сутність поняття «етична організація» та принципи її функціонування в бізнесі, ми дійшли наступних висновків.

По-перше, корпоративна етика стає невід'ємним елементом практики ведення бізнесу. Її безперечна цінність 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.

По-друге, 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. Таких принципів існує ціла низка, але, на наш погляд, засадовими слід вважати принципи відвертості, людської гідності, співучасті, субсидіарності.

По-третє, Оскільки у кожної людини є своє розуміння етичних норм, а компанії «конструюють» концепції власної етичності, які необхідно узгоджувати як із зовнішніми, так і з внутрішніми зацікавленими групами, єдиний «шаблон» морального стандарту відсутній. Тому вважаємо, що сутністю етичного менеджменту в організації виступає передусім діалог з приводу цінностей. Усередині компанії – це діалог між компанією і співробітниками з приводу загальних правил і норм взаємодії, цінностей і принципів розвитку, який стає умовою формування сильної внутрішньої корпоративної ідентичності.

**Перспективи подальшого дослідження проблеми** пов'язані з розглядом проблем формування ефективної команди як інструменту етичного менеджменту.

#### **Джерела**

1. *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.

2. *Алоні Г.* Етика бізнесу: соціально-філософський аспект. Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03 / Ін – т. вищ. освіти АПН Укр. – Київ, 2008. – 19 с.

3. *Бурега В.В.* Соціально-адекватний менеджмент: концептуалізація моделі: Автореф. дис.... доктора соціолог. наук.: 22.00.01 / Національна академія наук України. Інститут соціології. – К., 2003 – 45 с.

4. *Глушко Т.П.* Філософія бізнесу як основа легітимації економіки // Філософські проблеми гуманітарних наук. - № 4-5, - К., 2005. – С.85-89.

5. *Гуєніна Т.О.* Моральна регуляція підприємницької діяльності (філософсько-управлінський аналіз). Автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 // Українська Академія державного управління при Президенті України. – К., 2000. – 18 с.

6. *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.

7. *Друкер Питер Ф.* Задачи менеджмента в XXI веке: Учеб. пособие / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2001. – 340 с.

8. *Коттер Джон П.* Лидерство Мацуситы. Уроки выдающегося предпринимателя XX века. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 256 с.

9. *Овсянкіна Л.А.* Мораль у системі економічної життєдіяльності людини та суспільства (соціально-філософський аспект) : Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.13 / Ін-т вищ. осв. АПН Укр. – К., 2003. – 20 с.

10. *Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К.* Этика бизнеса. – М.: Дело, 2000. С.106–107.
11. *Сердюк О.О.* Методологічні аспекти аналізу етичних проблем в бізнесі // *Totology – XXI* (сьомий випуск). Постнекласичні дослідження. – К.: ЦГО НАН України. – 2002. – С. 348-360.
12. *Федотова В.Г.* Человек в экономических теориях: пределы онтологизации // *Вопросы философии.* – 2007. - №9. – С. 20-38.
13. *Форд Г.* Моя жизнь, мои достижения. Сегодня и завтра. – М.: Харвест, 2005. – 448 с.
14. *Фритцше Д. Дж.* Этика бизнеса. Глобальная и управленческая перспектива. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 327 с.
15. *Фукуяма Ф.* Доверие. Социальные добродетели и созидание благосостояния. // *Новая постиндустриальная волна на Западе.* – М.: Академия, 2005.- С. 123 – 163.

*Стаття надійшла 24.09.2009 р.*