

ЕТИЧНІ ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ КУЛЬТУРИ БІЗНЕСУ

ETHICAL AND INSTITUTIONAL ASPECTS OF BUSINESS CULTURE

Рейкін Віталій Самсонович

доктор економічних наук, професор,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1395-6135>

Найдюк Петро Вадимович

аспірант,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7352-1790>

Черняк Валентин Васильович

аспірант,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3239-2656>

Reikin Vitalii, Naidiuk Petro, Cherniak Valentyn
Lesya Ukrainka Volyn National University

Метою публікації є здійснення теоретичного аналізу та виокремлення базових етичних та інституціональних засад бізнес-культури у практичній діяльності. Актуальність обраної тематики зумовлена вигодою у додержанні загальноприйнятих морально-етичних принципів та правил у ринковій системі суб'єктами господарювання, оскільки у довгостроковій перспективі це формує позитивний імідж, нівелює репутаційні ризики, а також дозволяє підтримувати стабільне економічне зростання для суспільства загалом. В основу статті покладено загальнонаукові та фундаментальні положення і принципи мейнстрим-теорії – неоінституціоналізму. У процесі дослідження були використані такі загальнонаукові методи: аналіз, порівняння, абстрагування та конкретизація, теоретичного узагальнення. Відображено генезу досліджуваної проблематики та взаємозв'язок із працями стародавніх філософів. Деталізовано найбільш актуальні елементи проблеми етики та культури ведення бізнесу прикладного спрямування. Акцентовано увагу на базовому принципі вигідності дотримання певних етичних правил, внаслідок систематизації бізнес-відносин та отримання конкурентних переваг. Констатовано, що етична культура бізнесу – це своєрідний товар, який має свою цінність та ринкову вартість. Подано трактування поняття «корпоративна бізнес-етика». Наведено перелік універсальних етичних норм корпоративних Кодексів бізнес-організацій та показані переваги їх реалізації за рахунок репутаційної, менеджерської та функції розвитку загальної корпоративної культури. Акцентовано увагу, що застосування етичних корпоративних кодексів пов'язане з певними труднощами, оскільки не існує єдиних вимог щодо їх наповнення. Подальші перспективи полягають у дослідженні національної специфіки ведення бізнесу в контексті морально-етичної проблематики.

Ключові слова: етика, культура бізнесу, інституціоналізм, кодекс, мораль.

The purpose of this paper is to carry out theoretical analysis and highlight the basic ethical and institutional foundations of business culture in practical activity. The relevance of the chosen topic is due to the benefit of compliance with generally accepted moral and ethical principles and rules in the market system by business entities, as in the long term it forms a positive image, eliminates reputational risks, and also allows maintaining stable economic growth for society in general. The article is based on general scientific and fundamental provisions and principles of the mainstream theory – neo-institutionalism. The following general scientific methods were used in the research process: analysis, comparison, abstraction and specification, theoretical generalization. The genesis of the investigated issues and the relationship with the works of ancient philosophers are reflected. The most relevant elements of the problem of ethics and business culture of applied direction are detailed. Attention is focused on the basic principle of profitability of following certain ethical rules, as a result of systematizing business relations and

obtaining competitive advantages. It was established that the ethical culture of business is a kind of product that has its own value and market value. The interpretation of the concept of "corporate business ethics" is presented. The list of universal ethical norms of business organizations corporate Codes is given and the advantages of their implementation due to the reputational, managerial and development functions of the general corporate culture are shown. It was emphasized that the application of ethical corporate codes is associated with certain difficulties, since there are no uniform requirements for their fulfillment. Further prospects are in the study of the national specifics of doing business in the context of moral and ethical issues.

Key words: ethics, business culture, institutionalism, code, morality.

Постановка проблеми. Етичні аспекти ведення бізнес-діяльності – одні з найбільш неоднозначних та суперечливих дилем. Наразі не існує універсальних морально-етичних правил та принципів, які суттєво диференційовані залежно від національної специфіки. Водночас в багатьох бізнес-культурах різних країн відслідковуються спільні ознаки комерційної діяльності в етичному контексті [13]. Як правило, чим вищий рівень розвитку суспільства, тим актуальнішими є морально-етичні проблеми; на нанорівні зазначений аспект актуалізується переважно з набуттям суттєвого бізнес-досвіду та віку людини.

В період глобалізації особливо актуальним є вибір між дотриманням етичних принципів у поєднанні з економічною вигодою. Підприємницька етика та культура в сучасних умовах ведення бізнесу часто сприймається як специфічний нематеріальний ресурс та актив, який впливає на капіталізацію та зростання ключових параметрів функціонування підприємств і організацій, ефективність господарських процесів та стратегічне управління. Аналіз морально-етичних якостей, оцінювання бізнес-культури ділових партнерів відіграє важливе значення при заключенні комерційних угод, виборі контрагентів для співпраці в бізнесі. На практиці менеджери намагаються синхронізувати морально-етичні принципи та норми із реаліями господарських процесів [11].

Деталізуємо найбільш актуальні, на нашу думку, проблеми етики та культури ведення бізнесу прикладного спрямування:

- порушення договірних зобов'язань бізнес-партнерами;
- поширення корупційних взаємовідносин між бізнес-структурами та владними інституціями;
- застосування силових методів у комерційній сфері (зокрема, рейдерство);
- відсутність соціальної відповідальності бізнес-суб'єктів та взаємодовіри в економічних відносинах;
- незастосування у практичній діяльності загальних етичних принципів, норм і

правил, які формалізовані у вигляді корпоративних кодексів;

– загальний низький рівень культури у сфері бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню теоретико-методологічного базису, інституціональних засад етики та культури ведення бізнесу, присвятили свої публікації низка відомих вчених. Зокрема, американський дослідник П. Костенбаум у 20 ст. опублікував своє дослідження під промовистою назвою: «Серце бізнесу: етика, влада, філософія» [10], де переконливо продемонстрував вплив чинників неекономічного походження, в т.ч. етичної складової, на результати бізнес-діяльності підприємств.

С. Роузфілд зазначав, що основи ведення бізнесу відповідають певним правилам гри системного характеру (інституціям Д. Норта [12]) та коригуються культурою суспільства [13]. До того ж бізнес-відносини, на думку М. Кові, базуються на розумній довірі, що є елементом етики [16]. У свою чергу П. Штопка зауважив, що довіра переважно орієнтована на інших осіб та спрямована на майбутні взаємовідносини [17, с. 25].

Ф. де Клерк сформував основи теорії етичного банкінгу і водночас реалізовував власні положення на практиці в якості одного із співзасновників комерційного банку [9]. Серед українських вчених прикладні проблеми етики у банківській сфері досліджували С. Лукін та Т. Мазило [5; 6]. Також проблематиці етики бізнесу приділяли увагу низка українських вчених: О. Бойко [2], В. Гуцуляк [4], А. Петрова [7] та ін. дослідники. Однак, необхідно констатувати, що акцентування на дослідженнях етики та культури бізнес-відносин у науковій сфері не є мейнстримом та поширеним явищем.

Мета дослідження – здійснення теоретичного аналізу та виокремлення базових етичних та інституціональних засад бізнес-культури у практичній діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні уявлення про культуру ведення бізнесу є похідними від вчення про етику та мораль стародавніх філософів. Так

під етикою Арістотель розумів вчення про природу добродетності [1], якій протиставляв поняття «хрематистики» – протиприродні процеси, пов'язані з накопиченням грошей. Його погляди розвивали стародавні римські філософи. Зокрема, Цицерон у праці «Про обов'язки» сформував свою етико-економічну концепцію, яка базується на нормах права (Закону) та моралі [8]. Засновник класичного напряму економічної теорії А. Сміт узагальнив погляди свої попередників, стверджуючи у своєму трактаті, що в основі суспільства лежить узгодження власних егоїстичних інтересів з «моральними почуттями» людини [15], хоча останній компонент він не розглядав як обов'язковий в ринковій системі. У відомій праці «Протестантська етика та дух капіталізму» М. Вебер також показав, що система приватного підприємництва виникла не внаслідок дії об'єктивних законів економічного розвитку, а як результат становлення нової протестантської етики [3].

Більш детально морально-етичні аспекти культури ведення бізнесу як науковий напрям почали досліджуватися орієнтовно в 70-х – поч. 80-х рр. минулого століття. В зазначений період сформувалося розуміння культури бізнесу як прикладної сфери на засадах етичної свідомості та, насамперед, соціальної відповідальності європейських корпорацій та США перед суспільством. Еволюційним шляхом світова культура ведення бізнесу стала базуватися на прийнятті принципу, відповідно до якого дотримання певних етичних правил є вигідним, оскільки це систематизує господарські відносини та дає змогу отримати певні конкурентні переваги.

Загалом теоретико-методологічним базисом культури ведення бізнесу з позицій морально-етичних норм є інституціоналізм як сучасний напрям, що поєднує економічну проблематику із соціальною, правовою та політичною. В економічних дослідженнях застосування інституційного підходу є цілком закономірним, оскільки суспільні відносини між господарськими суб'єктами регламентуються дією певних державних, фінансових, правових інститутів, які можуть бути як формальні, так і неформальні. Якщо бізнес перестає довіряти державним інститутам, він замінює їх на неформальні, або інститути тіньової економіки. При цьому під «інститутом» ми розуміємо норми і правила у трактуванні Д. Норта [12].

Різноманітні інститути створюють свої стандарти, правила і норми поведінки, які

можуть базуватися на існуючій на певний момент у суспільстві системі цінностей, а можуть вступати в конфлікт із загальноєвропейськими морально-етичними нормами внаслідок прояву егоїстичних інтересів, нігілізму, скептицизму, опортуністичної поведінки. Тому інститути повинні бути сформовані так, щоб етична поведінка стала вигідною. Вважаємо, що етична культура бізнесу – це також своєрідний товар, який має свою цінність та ринкову вартість.

В широкому розумінні етика ґрунтується на сукупності норм та правил морального походження, якими повинні керуватися всі члени організації у сфері бізнесу. Вона охоплює внутрішню систему цінностей (професійну мораль), моральний клімат, манеру поведінки та зовнішню політику певної організації. Для прикладу наведемо поняття етики бізнесу Неш Л., яка визначає її як наукову дисципліну, що вивчає відповідність моральних норм людини діяльності та цілям комерційного підприємства [11]. Отже, під поняттям «корпоративна бізнес-етика» розуміємо загальні правила, норми, цінності, погляди морального походження, які лежать в основі культури бізнесу та розділяються персоналом певної організації.

Корпоративна бізнес-етика є похідною від універсальної етики людини, яка являє собою системну сукупність таких елементів нано-рівня як справедливість, відповідальність, об'єктивність, порядність, гідність, довіра і т.п. Загалом зміст корпоративної етики також формується під впливом чинників макrorівня: економічної культури суспільства, стану розвитку підприємництва, національного менталітету, діяльності суспільних інституцій. Корпоративна бізнес-етика є надто диференційованою залежно від національних особливостей кожної країни, сфери та масштабів діяльності організації, культурної специфіки трудового колективу. Тому етичні стандарти ведення бізнесу не є однорідними і являють собою сукупність субкультур залежно від видів діяльності самого підприємства: інноваційної, інвестиційної, торгівельної, культури заключення угод та ін. Формалізація бізнес-стандартів етичного походження, як правило, відображається у вигляді корпоративного Кодексу певної організації, де переважно зазначаються прикладні аспекти норм ділової етики. До найбільш універсальних із них відносимо такі:

– дотримання загальних правових норм і Законів країни щодо недобросовісної конкуренції та антимонопольного регулювання;

- добросовісне виконання договірних зобов'язань;
- нерозповсюдження інсайдерської інформації та її використання в особистих цілях;
- уникнення конфлікту інтересів у професійній діяльності;
- дотримання позитивного іміджу організації та недопущення репутаційних загроз;
- ненанесення екологічної шкоди;
- наслідки «ненормативної» ділової поведінки (толерування корупційних дій, «силове» підприємництво, «штучне» банкрутство).

Корпоративні Кодекси не повинні суперечити чинним законодавчим нормам, не є їхньою підміною та розробляються як доповнення до регуляторних актів. Вони мають здійснювати суттєвий вплив на функціонування організацій, хоча Кодекси не мають юридичної ваги. Корпоративні Кодекси також повинні взаємоузгоджуватися та взаємодоповнювати інші корпоративні документи, а також інструменти управління. В зазначеному контексті як орієнтир в 1999 р. був затверджений міжнародний стандарт «Account Ability 1000» (AA 1000), який містить низку критеріїв та процедуру реалізації соціально-етичного аудиту діяльності компаній [18]. Такий аудит акцентує увагу на аналізі та оцінці відповідності задекларованої внутрішньої системи цінностей організації зовнішнім очікуванням та сприйняттю цих цінностей замовниками. Тобто пріоритетом для організацій є дотримання не стільки «букви закону», скільки прийнятих у бізнес-сфері «правил гри».

Формування та реалізація Кодексів поступово перетворюється у глобальний стандарт. Зокрема, біля 90 % провідних компаній в США впроваджують етичні принципи та правила за допомогою корпоративних Кодексів [14]. Це дає змогу краще контролювати дії

менеджерів, захищати персонал організації, цим самим забезпечуючи відповідний рівень протекції організації. Водночас реалізуються такі основні функції Кодексів: репутаційна, менеджерська та функція розвитку загальної корпоративної культури. Однак застосування етичних кодексів пов'язані з певними труднощами, оскільки наразі немає єдиних вимог щодо їх наповнення. В результаті корпоративні Кодекси бізнес-організацій можуть мати різний об'єм, структуру, стиль, виконувати різні завдання.

Висновки із дослідження та подальші перспективи. Підсумовуючи, можна зробити висновок щодо вагомості ролі, яку відіграють етичні та інституціональні аспекти загальної культури бізнес-сфери у нинішній період глобалізації світової економіки. Домінуючими елементами сучасної бізнес-культури є дотримання договірних зобов'язань, уникнення корупційних взаємовідносин, соціальна відповідальність, взаємодовіра та низка інших.

Впровадження корпоративних Кодексів в контексті дотримання етичних принципів та правил формує загальний вектор дій та рішень, якщо виникають суперечності між універсальною і фаховою етикою, обумовлені особливостями діяльності та цілями організацій.

Дотримання, а не лише декларування етичних норм та чинних інституційних правил у бізнес-сфері, є суттєвою конкурентною перевагою для організацій, оскільки у довгостроковій перспективі формує позитивний імідж, нівелює репутаційні ризики, а також дозволяє підтримувати стабільне економічне зростання для суспільства загалом.

Подальші перспективи наведеної тематики полягають у дослідженні національної специфіки ведення бізнесу в контексті морально-етичної проблематики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Арістотель. Нікомахова етика. Київ : Аквілон-Плюс, 2002. 480 с.
2. Бойко О. М. Правила бізнес-етики: проблеми застосування. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. Серія економічна. Серія юридична. 2022. Випуск 32. С. 92–98.
3. Вебер М. Протестанська етика та дух капіталізму. Київ : Наш формат, 2023. 216 с.
4. Гуцуляк В. Р. Вплив бізнес-етики на ефективність менеджменту компанії. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. 2021. Том 32 (71). № 1. С. 42–45.
5. Лукін Д. А., Мазило Т. В. Етичні аспекти бізнесу українських банків. *Вісник НБУ*. 2004. № 2. С. 22–24.
6. Лукін Д. А., Мазило Т. В. Нагальні питання бізнес етики в банківській галузі України. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2015. № 3/5(23). С. 94–98.
7. Петрова А., Карінцева О., Тарасенко С. Бізнес-етичні аспекти для сталого розвитку: сучасний аналіз та оцінка. *Економічний простір*. 2024. № 190. С. 154–161.
8. Ціцерон М. Т. Тускуланські бесіди. Про обов'язки. Київ : Априорі, 2021. 440 с.

9. De Clerck F. Ethical Banking. Ethical Prospects. Netherlands: Springer, 2009. P. 209–227. DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-4020-9821-5_10.
10. Koestenbaum P. The Heart of Business: Ethics, Power and Philosophy. Saybrook Pub, 1987. 368 p.
11. Nash L. Good intentions aside: a manager's guide to resolving ethical problems. Boston: Harvard Business School Press, 1993. 259 p.
12. North D. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press, 1990. 152 p.
13. Rosefielde S. Comparative Economic Systems: Culture, Wealth, and Power in the 21st Century. Wiley-Blackwell, 2008. 304 p.
14. Sandbu M. Just business. Arguments in business ethics. New Jersey: Prentice Hall, 2011. 206 p.
15. Smith A. The Theory of Moral Sentiments. London: A. Millar, 1759.
16. Stephen M. R. Covey, Merrill R. R. The Speed of Trust: The One Thing That Changes Everything. N.Y.: Free Press, 2008. 354 p.
17. Sztompka P. Trust: A Sociological Theory. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 214 p.
18. Zaorski – Sikora L. Etyka w biznesie. Lodz: AHE, 2007. 96 p.

REFERENCES:

1. Aristotel (2002). Nikomakhova etyka [Nicomachean ethics]. Kyiv : Akvilon-Plus, 480 p. (in Ukrainian)
2. Boiko O. M. (2022). Pravyla biznes-etyky: problemy zastosuvannya [Rules of business ethics: problems of application]. *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava – Scientific notes of Lviv University of Business and Law*. Economics Series. Law Series. Issue 32, pp. 92–98. (in Ukrainian)
3. Veber M. (2023). Protestantska etyka ta dukh kapitalizmu [Protestant ethics and spirit of capitalism]. Kyiv: Nash format, 216 p. (in Ukrainian)
4. Hutsuliak V. R. (2021). Vplyv biznes-etyky na efektyvnist menedzhmentu kompanii [Business ethics influence on the company management effectiveness]. *Naukovi zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho – Scientific notes of TNU named after V. I. Vernadskyi*. Series: Economics and management, vol. 32 (71), no. 1, pp. 42–45. (in Ukrainian)
5. Lukin D. A., Mazylo T. V. (2004). Etychni aspekty biznesu ukrayinskykh bankiv [Ethical aspects of business of Ukrainian banks]. *Visnyk NBU – Bulletin of the NBU*, no. 2, pp. 22–24. (in Ukrainian)
6. Lukin D. A., Mazylo T. V. (2015). Nahalni pytannia biznes etyky v bankivskii haluzi Ukrainy [Urgent issues of business ethics in the banking industry of Ukraine]. *Tekhnolohichni audyt ta rezervy vyrobnytstva – Technological audit and production reserves*, no. 3/5(23), pp. 94–98. (in Ukrainian)
7. Petrova A., Karintseva O., Tarasenko S. (2024). Biznes-etychni aspekty dlia staloho rozvytku: suchasnyi analiz ta otsinka [Business ethical aspects for sustainable development: modern analysis and assessment]. *Ekonomichniy prostir – Economic space*, № 190, pp. 154–161. (in Ukrainian)
8. sitseron M. T. (2021). Tuskulanski besidy. Pro oboviazky [Tusculan talks. About duties]. Kyiv: Apriori, 440 p. (in Ukrainian)
9. De Clerck F. (2009). Ethical Banking. Ethical Prospects. Netherlands: Springer, pp. 209–227. DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-4020-9821-5_10. (in English)
10. Koestenbaum P. (1987). The Heart of Business: Ethics, Power and Philosophy. Saybrook Pub, 368 p. (in English)
11. Nash L. (1993). Good intentions aside: a manager's guide to resolving ethical problems. Boston: Harvard Business School Press, 259 p. (in English)
12. North D. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press, 152 p. (in English)
13. Rosefielde S. (2008). Comparative Economic Systems: Culture, Wealth, and Power in the 21st Century. Wiley-Blackwell, 304 p. (in English)
14. Sandbu M. (2011). Just business. Arguments in business ethics. New Jersey: Prentice Hall, 206 p. (in English)
15. Smith A. (1759). The Theory of Moral Sentiments. London: A. Millar. (in English)
16. Stephen M. R. Covey, Merrill R. R. (2008). The Speed of Trust: The One Thing That Changes Everything. N.Y.: Free Press, 354 p. (in English)
17. Sztompka P. (1999). Trust: A Sociological Theory. Cambridge: Cambridge University Press, 214 p. (in English)
18. Zaorski – Sikora L. (2007). Etyka w biznesie. Lodz: AHE, 96 p. (in Polish)