

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-44>

УДК 174(075)

ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОЇ ЕТИКИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄС

PECULIARITIES OF BUSINESS ETHICS IN THE CONTEXT OF EU INTEGRATION

Семенченко Андрій Володимировичкандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2354-0774>**Семенченко Аліна Володимирівна**кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3971-6770>**Ачкасова Оксана Вікторівна**кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7137-3996>**Semenchenko Andrii, Semenchenko Alina, Achkasova Oksana**

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

У статті проаналізовано особливості формування етичних норм у діловому середовищі в контексті євроінтеграційних процесів. Автор розглядає основні концепції бізнес-етики, визначає її роль у налагодженні партнерських взаємин, розвитку корпоративної культури та забезпеченні сталого розвитку підприємств. Особливу увагу приділено порівнянню етичних стандартів України та країн Європейського Союзу, а також аналізується вплив європейських норм і цінностей на вітчизняну бізнес-практику. Виокремлено ключові принципи побудови ефективних ділових відносин, заснованих на законодавчих, етичних і моральних засадах. Акцентовано важливість урахування культурних і національних особливостей у формуванні етичного клімату в компаніях. Окремо розглянуто питання відповідальності, прозорості, чесності, а також дотримання принципів сталого розвитку як ключових чинників європейської ділової етики. Розглянуто перспективи вдосконалення етичних практик у процесі поглиблення європейської інтеграції та адаптації українського бізнесу до сучасних викликів глобалізованого ринку.

Ключові слова: ділова етика, євроінтеграція, етичні стандарти, європейський етичний кодекс, бізнес відносини.

The article provides a comprehensive analysis of the formation of ethical norms within the business environment, particularly in the context of the ongoing European integration processes. It delves into the core concepts and theoretical foundations of business ethics, outlining its critical importance in fostering reliable and transparent partnerships, promoting a healthy corporate culture, and supporting the long-term sustainable development of enterprises. The author examines the ethical landscape in Ukraine, juxtaposing it with established European Union standards to identify commonalities and divergences in ethical expectations and practices. This comparative analysis underscores how the adoption of European ethical norms and values exerts a transformative influence on the domestic business environment, shaping decision-making processes, stakeholder engagement strategies, and overall organizational behavior. These changes not only contribute to improved competitiveness and innovation but also help establish a more responsible and human-centric business model. The article identifies fundamental principles that underpin effective business relationships, including adherence to legal frameworks, ethical guidelines, and moral values. It emphasizes the necessity of incorporating cultural awareness and national identity when cultivating an ethical corporate climate, recognizing that such sensitivities play a vital role in maintaining employee loyalty, customer trust, and brand reputation. The discussion further addresses key components of European business ethics, such as corporate responsibility, operational transparency, personal and institutional integrity, and the integration of sustainable development goals into corporate strategy. Finally, the article explores the prospects for

refining ethical business practices as Ukraine advances its European integration efforts, advocating for a proactive adaptation to the dynamic challenges of the globalized market, while ensuring the preservation of local traditions, long-term vision, and alignment with universally accepted ethical benchmarks.

Keywords: business ethics, European integration, ethical standards, European Code of Ethics, business relations.

Постановка проблеми. Сучасні євроінтеграційні процеси в Україні відіграють важливу роль у розбудові національної економіки та створенні нових можливостей для покращення якості життя громадян відповідно до європейських стандартів. Рух у напрямку членства в Європейському Союзі уже став першим кроком до впровадження системних змін в економічній, правовій та соціальній сферах. Попри складні умови, спричинені війною, навіть поступове наближення до вимог ЄС наближає Україну до повноцінної інтеграції.

Одним із ключових чинників успішної інтеграції є створення ефективної моделі ділової співпраці, що ґрунтується на етичних нормах і взаємній повазі. Дотримання європейських принципів ведення бізнесу – запорука побудови прозорих і довготривалих партнерських відносин, що відповідають як національним, так і міжнародним стандартам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання етики в бізнесі активно вивчається як українськими, так і зарубіжними науковцями. Значний науковий інтерес викликають особливості етичних взаємин у діловому середовищі. Зокрема, у своїх роботах Орлова К. Є., Бірюченко С. Ю. досліджують етичні аспекти взаємодії суб'єктів міжнародного ринку [1, с. 76]. Увага Сидоренко С. В. зосереджена на базових етичних принципах ведення бізнесу [4, с. 91].

Значний внесок у розвиток теорії бізнес-етики зробили також зарубіжні науковці. Так, науковці Hassan Z., Basit A. та Peterson M. [6; 8] розглядають бізнес-етику як фундаментальну складову соціальних відносин. Аналізують етичні норми через призму діяльності великих транснаціональних корпорацій. Mayer D. M. [7, р. 181] підкреслює, що етика бізнесу є не лише практикою, а й філософією, акцентуючи увагу на зв'язку між місією компанії та її стратегічними цілями. Також варто згадати роботи Шевчука В. О. та Стрілка І. І. [5, с. 105], які досліджують етичні аспекти взаємодії між організаціями в різних форматах – відносини між постачальниками й клієнтами, ділові мережі, альянси та спільні підприємства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз наукових джерел підтверджує актуальність теми, однак свідчить про те, що етика бізнесу в контексті сучасних євроінтеграційних процесів потребує глибшого вивчення та осмислення.

Формулювання цілей статті. Зважаючи на актуальність проблематики бізнес-етики в умовах європейської інтеграції, основною метою даного дослідження є розкриття сутності етики бізнесу, визначення її ключових завдань і принципів функціонування у нових економічних умовах. Серед пріоритетних завдань – виявлення основних вимог до побудови ефективних ділових і партнерських взаємин з урахуванням стандартів Європейського Союзу; аналіз можливих моделей бізнес-співпраці, заснованих на принципах соціальної відповідальності; а також аргументування значущості ділової етики як важливого чинника економічного розвитку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Витоки бізнес-етики сягають Середньовіччя, коли почали формуватися перші уявлення про моральну регуляцію суспільних і трудових відносин. Уже в ті часи відбувалося розмежування соціальних ролей і норм поведінки в економічній сфері. З розвитком капіталістичних відносин і ускладненням ринку праці, професійні взаємини зазнали глибоких змін – посилилась конкуренція, з'явилися окремі корпоративні структури з власними нормами, що нерідко суперечили загальноприйнятим моральним цінностям.

Ці процеси істотно вплинули на економіку, соціально-політичне та культурне середовище, привівши до формування професійної етики як окремої сфери регуляції трудових взаємин. Із розвитком підприємництва моральні засади почали стосуватися і тих, хто приймає ключові рішення у сфері організації бізнесу. У цьому контексті етика бізнесу виступає окремим напрямом професійної етики, спрямованим на врегулювання взаємовідносин між учасниками підприємницької діяльності, з урахуванням їхніх прав, обов'язків та відповідальності у межах ділового середовища.

Згідно з науковими підходами В. Рейкін, П. Найдюк та В. Черняк, бізнес-етика – це система норм і правил, які регламентують вза-

ємовідносини між учасниками підприємницької діяльності [2]. Ці норми формуються під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, що визначають поведінку ділових осіб у професійному середовищі. У сучасних умовах ключові положення бізнес-етики часто закріплені у корпоративних етичних кодексах (кодексах поведінки), які слугують орієнтиром для формування конструктивних і відповідальних ділових відносин.

Запровадження етичних кодексів у практику – позитивне явище, адже вони відображають базові цінності та моральні принципи, що сприяють підтриманню етичної поведінки в межах організації. Хоча кожне підприємство адаптує зміст кодексу до своєї галузі, їх основна мета – забезпечення доброчесності та високих стандартів взаємодії.

В умовах європейської інтеграції особливого значення набуває кодекс корпоративної етики, орієнтований на регулювання відносин як на національному, так і на міжнародному рівнях. Таким чином, сучасна бізнес-етика повинна забезпечувати ефективне функціонування внутрішньо-міжнародних зв'язків між підприємствами, партнерами, країнами та громадськими структурами з урахуванням етичних, культурних, соціальних та професійних особливостей кожної зі сторін.

Основними завданнями корпоративного етичного кодексу в контексті євроінтеграції є:

- формування чіткого розуміння місії, цінностей і принципів діяльності компанії, а також усвідомлення внеску кожного учасника у розвиток етичної корпоративної культури;
- визначення стандартів етичної поведінки у стосунках із партнерами, державними інституціями та громадськістю;
- запобігання конфліктним ситуаціям і порушенням етичних норм;
- забезпечення прозорості та відкритості бізнес-діяльності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;
- досягнення балансу між інтересами працівників, керівництва, партнерів, державних органів та інших зацікавлених сторін.

Цей перелік не є вичерпним, адже функціонування етичних кодексів у міжнародному бізнесі має свою специфіку, особливо у світлі інтеграційних процесів. У європейському контексті такі кодекси зазвичай відповідають базовим вимогам Організації Об'єднаних Націй щодо відповідального ведення бізнесу. Зокрема, йдеться про Глобальний договір ООН, що ґрунтується на десяти ключових принципах у сфері прав людини, умов праці,

охорони довкілля та боротьби з корупцією. Ці принципи базуються на Загальній декларації прав людини, Декларації МОП про основні права у сфері праці, Ріо-де-Жанейрській декларації з питань довкілля та розвитку, а також Конвенції ООН проти корупції [3, с. 20].

Комплексний аналіз ключових принципів, закладених в етичних кодексах сучасного бізнес-середовища, дає змогу виокремити такі фундаментальні засади:

- доброчесність та відповідальність у веденні підприємницької діяльності;
- порядність і чесність у ділових відносинах;
- дотримання етичних норм і правил, що становлять основу бізнес-культури;
- суворе виконання договірних зобов'язань;
- взаємна повага, довіра, щирість та розуміння між партнерами;
- чутливість до культурних, національних і релігійних особливостей партнерів;
- рівноправний підхід до конкуренції та дотримання етичних стандартів;
- пріоритет честі над прибутком.

Застосування цих принципів у діловому середовищі є надзвичайно важливим, адже вони визначають характер етичних взаємин у бізнесі, які, у свою чергу, залежать від комплексу зовнішніх і внутрішніх чинників. Одним із ключових чинників, що відіграє вирішальну роль у побудові ефективних партнерських зв'язків в умовах євроінтеграції, є культура.

Як і етика, культура ґрунтується на системі цінностей, переконань і моделей поведінки, які формуються в межах певного соціуму. Вона безпосередньо впливає на міжособистісну комунікацію та стиль взаємодії, враховуючи такі складові:

- мовні особливості;
- культурні цінності й соціальні установки;
- релігійні традиції;
- способи ведення комунікації;
- рівень соціальної культури та норм поведінки.

Отже, в умовах євроінтеграції особливо важливо поєднувати етичні стандарти з культурною обізнаністю, що дозволяє формувати стійкі, прозорі та взаємовигідні бізнес-відносини як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Мова виступає одним із ключових засобів комунікації, що дозволяє бізнес-партнерам не лише обмінюватися важливою інформацією, а й ефективно доносити свої наміри та

позиції. Цінності та настанови відображають базові принципи поведінки в бізнесі й сприяють формуванню сприятливого середовища для взаємодії.

Релігійні особливості відіграють важливу роль у встановленні довіри між сторонами, оскільки врахування вірувань партнера чи релігійних норм ділової етики допомагає краще налагодити контакт, особливо в міжкультурному середовищі.

Щодо способів комунікації, у діловій практиці широко застосовуються як вербальні, так і невербальні засоби. Їхнє поєднання дає змогу посилити взаєморозуміння між сторонами. Водночас необхідно зважати на культурний контекст, адже міміка, жести чи інтонації можуть мати різне значення в різних країнах. Саме тому важливо попередньо ознайомитися з культурними особливостями партнера, щоб уникнути непорозуміння і підвищити ефективність співпраці.

Соціальна культура є невіддільною частиною етики бізнесу, адже вона формує норми поведінки в суспільстві, рівень виховання, етикет спілкування та навіть моделі сімейного бізнесу. У багатьох міжнародних компаніях бізнесові традиції тісно пов'язані з родинними цінностями, що сприяє збереженню корпоративної культури та забезпечує стабільність у процесі розвитку [9, с. 101].

Для успішної інтеграції українських підприємств у європейський економічний простір необхідно впроваджувати моделі ділової поведінки, які поєднують етичні засади та принципи соціальної відповідальності. Серед найбільш поширених у світі моделей варто виокремити:

- глобальну модель, що базується на принципах етичної поведінки, добровільному впровадженні покращень у сфері праці, урахуванні інтересів партнерів, екологічних ініціатив та розвитку локальних громад на міжнародному рівні;

- географічну модель, яка інтегрує етичні стандарти різних країн із врахуванням державного впливу, стратегічних цілей компанії та її місії. Ця модель поєднує американський, європейський, британський і японський підходи до соціальної відповідальності.

Кожна з розглянутих моделей має свої унікальні риси, однак їх об'єднує спільна мета – посилення соціальної відповідальності. Вона виявляється у прагненні до сталого еко-

номічного зростання, створення робочих місць, покращення умов праці, забезпечення соціальних гарантій та охорони довкілля. З погляду етичних принципів, бізнес у межах цих моделей виступає каталізатором розвитку соціально-економічних зв'язків між усіма зацікавленими сторонами – працівниками, партнерами, державними інституціями.

Для України найбільш прийнятною є європейська модель соціально відповідального бізнесу. Водночас вона потребує подальшого вдосконалення, зокрема в частині державного регулювання. Наразі відсутність чіткої державної політики в цій сфері обмежує можливості українських компаній у формуванні позитивного іміджу на міжнародній арені. Прийнята у 2020 році урядом Концепція державної політики щодо розвитку соціально відповідального бізнесу до 2030 року визначає, що подальший прогрес залежатиме від активної участі держави, а також її здатності стимулювати бізнес до реалізації соціальних ініціатив. Такий підхід не лише покращить репутацію України у світі, а й підтвердить її прагнення діяти відповідно до європейських та глобальних стандартів у сфері сталого розвитку.

У контексті євроінтеграції Україна має виконати низку вимог, спрямованих на покращення бізнес-клімату з урахуванням соціально відповідальних норм. Важливим аспектом є також забезпечення гідного рівня життя населення. Етична база бізнесу повинна спиратись на шість фундаментальних цінностей Європейського Союзу: свободу, гідність, повагу, демократію, рівність і верховенство права.

Висновки. Сучасний світ функціонує завдяки чітко визначеним моральним нормам і правилам, притаманним кожній країні. Їх дотримання є ключовим для побудови ефективних взаємин як у бізнесі, так і в суспільному житті. Бізнес-етика, як система врегулювання взаємодії між учасниками ринку, має враховувати цінності всіх сторін. Впровадження етичних стандартів у практику підприємництва сприятиме формуванню соціально орієнтованої бізнес-моделі. Це, своєю чергою, допоможе посилити соціальну відповідальність, зміцнити ділову репутацію, покращити трудові відносини, підвищити екологічну свідомість, привабити інвестиції та створити етичний кодекс на основі європейських стандартів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Орлова, К. Є., Бірюченко, С. Ю. Етика бізнесу як об'єкт наукового дослідження [Електронний ресурс] // *Економіка, управління та адміністрування*. – 2022. – № 1(99). – С. 76–82. – DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2022-1\(99\)-76-82](https://doi.org/10.26642/ema-2022-1(99)-76-82)
2. Рейкін, В., Найдюк, П., Черняк, В. Етичні та інституціональні аспекти культури бізнесу [Електронний ресурс] // *Економіка та суспільство*. – 2024. – № 65. – DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-16>
3. Рудакевич, М. Економічна етика в контексті парадигми соціальної етики й моралі // *Матеріали Всеукраїнської наукової конференції за міжнародної участі «Перспективи розвитку економічних систем у середовищі глобально орієнтованого трансформаційного простору»*, 6 травня 2015 р. – Тернопіль : Крок, 2015. – С. 20-22. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/6837>
4. Сидоренко, С. В. Теоретико-методологічні засади аналізу етики бізнесу // *Гуманітарний вісник ЗДІА. Філософія*. – 2009. – Вип. 39(8). – С. 91–106.
5. Шевчук, В. О., Стрілок, І. І. Етичні імперативи міжнародного бізнесу в контексті євроінтеграції України [Електронний ресурс] // *Economic Synergy*. – 2023. – № 2. – С. 105–114. – DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-2-8>
6. Hassan, Z., Basit, A. Impact of social media usage on organisational image mediated by customer trust [Electronic resource] // *The International Journal of Business Management and Technology*. – 2020. – Vol. 4, No. 6. – Access mode: https://www.researchgate.net/publication/345430938_Impact_of_Social_Media_Usage_on_Organisational_Image_Mediated_by_Customer_Trust (accessed May 21, 2025)
7. Mayer, D. M., Kuenzi, M., Greenbaum, R. Making ethical climate a mainstream topic: a review, critique, and prescription for the empirical research on ethical climate // In: De Cremer, D. (ed.) *Psychological Perspectives on Ethical Behavior and Decision Making*. – Charlotte, NC : Information Age Publishing, 2019. – P. 181–213.
8. Peterson, M. *Ethics of business communication, equality and risk*. – New York : Cambridge University Press, 2021. – 228 p.
9. Sims, R. Comparing ethical attitudes across cultures // *Cross Cultural Management: An International Journal*. – 2020. – Vol. 13, No. 2. – P. 101–113.

REFERENCES:

1. Orlova, K. Ye., & Biriuchenko, S. Yu. (2022). Etyka biznesu yak ob'ekt naukovoho doslidzhennia [Business ethics as an object of scientific research]. *Ekonomika, Upravlinnia ta Administruvannia – Economics, Management and Administration*, no. 1 (99), pp. 76–82. URL: [https://doi.org/10.26642/ema-2022-1\(99\)-76-82](https://doi.org/10.26642/ema-2022-1(99)-76-82) (in Ukrainian)
2. Reikin, V., Naidiuk, P., & Cherniak, V. (2024). Etychni ta instytutsionalni aspekty kultury biznesu [Ethical and institutional aspects of business culture]. *Ekonomika ta Suspilstvo – Economics and Society*, (65). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-16> (in Ukrainian)
3. Rudakevych, M. (2015, May 6). Ekonomichna etyka v konteksti paradyhmy sotsialnoi etyky y morali [Economic ethics in the context of the paradigm of social ethics and morality]. In *Proceedings of the All-Ukrainian Scientific Conference with International Participation “Prospects for the Development of Economic Systems in a Globally Oriented Transformational Space”* (pp. 20–22). KROK University. <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/6837> (accessed May 21, 2025) (in Ukrainian)
4. Sydorenko, S. V. (2009). Teoretyko-metodolohichni zasady analizu etyky biznesu [Theoretical and methodological foundations of business ethics analysis]. *Humanitarian Bulletin of ZDIA. Philosophy*, 39(8), 91–106. (in Ukrainian)
5. Shevchuk, V. O., & Strilok, I. I. (2023). Etychni imperatyvy mizhnarodnoho biznesu v konteksti yevrointehratsii Ukrainy [Ethical imperatives of international business in the context of Ukraine's European integration]. *Economic Synergy*, (2), 105–114. <https://doi.org/10.53920/ES-2023-2-8> (in Ukrainian)
6. Hassan, Z., & Basit, A. (2020). Impact of social media usage on organisational image mediated by customer trust. *The International Journal of Business Management and Technology*, vol. 4(6). https://www.researchgate.net/publication/345430938_Impact_of_Social_Media_Usage_on_Organisational_Image_Mediated_by_Customer_Trust (accessed May 21, 2025)
7. Mayer, D. M., Kuenzi, M., & Greenbaum, R. (2019). Making ethical climate a mainstream topic: A review, critique, and prescription for the empirical research on ethical climate. In D. De Cremer (Ed.), *Psychological perspectives on ethical behavior and decision making* (pp. 181–213). Information Age Publishing.
8. Peterson, M. (2021). *Ethics of business communication, equality and risk*. New York, NY: Cambridge University Press. 228 p.
9. Sims, R. (2020). Comparing ethical attitudes across cultures. *Cross Cultural Management: An International Journal*, vol. 13(2), pp. 101–113.