

## ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ У ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕС-ПРОСТОРИ

*Балабух А., магістрант  
Науковий керівник – Громко Л. С., к. е. н., ст. викладач,  
Східноєвропейський національний університет  
ім. Лесі Українки*

Глобальні проблеми сучасності актуалізують фактори, що упорядковують, організують і дисциплінують поведінку людей і спілкування між ними. Теоретичні дослідження феномена етикету набувають особливої значущості у житті України, яка показує себе у світовому співробітництві, як самостійна і рівноправна держава, що звернулися до нових напрямків в політиці, економіці, міжнародному праві, в обміні творчими можливостями науки, техніки, мистецтва. Не буде перебільшенням вважати цю особливість етикету як підняття до рівня планетарної єдності людей у співробітництві, партнерстві, міжнародних зв'язках [1, с. 5].

Серед авторів, що звернулися у своїх працях до дослідження проблем етикету, слід, перш за все, назвати українських дослідників, насамперед М. П. Лукашевича, В. А. Малахова, І.Б.Осечинську, В.Ф.Степаненка, Т.К Чмут, Г.Л. Чайку; російських – Л. Б. Волченко, В. І. Бакштановського, Л. П. Воронкову, О.І.Даниленко, Л.Г.Грінберга, В. Є. Гольдіна, В. В. Селіванова, О. І. Титаренка, Т.В.Цив'ян, а також американського – Р.П.Вольфа.

Метою даного дослідження виступає потреба висвітлити питання дотримання ділового етикету у глобальному бізнес-просторі.

Етика бізнесу є вивченням відповідності моральних норм людини діяльності і цілям ділової організації, інструмент аналізу і рішення проблем, що встають перед моральною людиною, що займається бізнесом.

В контексті етики бізнесу розповсюдженою є теорія доброчесності, яка заперечує факт того, що етичні стандарти бізнесу розходяться із середніми міжособистісними стандартами [3, с. 92].

Основні принципи етики бізнесу: відповідальність бізнесу – від блага акціонерів до блага його ключових партнерів; економічний і соціальний вплив бізнесу – до прогресу, справедливості та світової спільноти; етика бізнесу – від букви закону до букви довіри; повага правових норм; підтримка багатосторонніх торгових відносин; турбота про навколишнє середовище; відмова від протизаконних дій. Вказані принципи забезпечують характер взаємовідносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства – організаціями, державою, суспільством [3, с. 93].

Макрорівневий підхід особливо важливий в умовах кризового буття, коли відбувається трансформація головних економічних інститутів. Недотримання етичних принципів на макрорівні призводить до постійної втрати зусиль на рішення етичних проблем на рівні трудових колективів. В даному контексті ми маємо справу з підходами, що розкривають розуміння моделі підприємницької етики згідно з соціальною відповідальністю бізнесу та управлінськими рішеннями [3, с. 93].

Однією з особливостей нинішнього етапу розвитку суспільства є те, що духовний, моральний, соціальний розвиток окремого індивіда не встигає здійснюватися такими ж темпами, якими відбуваються зміни у світі. Останні настільки динамічні, що людство не встигає їх теоретично осмислити. Приватна підприємницька діяльність різних видів, відновлення промислового виробництва на новій технологічній і інституційній основі вимагає не лише адекватної правової, фінансової, економічної інфраструктури, але й відповідного морального та духовного середовища [2, с. 139].

Вихід бізнесу як окремо взятого, так і країни в глобальному масштабі, вимагає дотримання певних ділових правил етикету, які сприймаються безумовно усіма учасниками бізнесу. В зарубіжному бізнес-просторі ці правила є писаними і неписаними, виплекані роками ділової співпраці. В умовах ведення англійського, німецького та американського бізнесу діловий етикет, норми підприємницької і бізнес-партнерської моралі вивчаються і з дитинства (у сім'ях бізнесменів), а згодом – у вишах вищого світового рейтингу, де бізнес-керівники, менеджери проходять вишкіл, певні спеціальні методики дії, отримують практичні навички на бізнес-тренінгах та під час ведення бізнес-справ своїх родин.

Кожна зарубіжна країна, що відносить себе до глобального бізнес-простору, створила, як внутрішні правила етикету не лише ведення бізнесу між своїми суб'єктами господарювання, а також правила входження іноземних партнерів на ринок з бізнес-пропозиціями, так, на нашу думку, головне, правила коректного виходу з бізнесу при закінченні контракту чи навіть його невдачі.

Існує велика кількість чинників, які зумовлюють занедбаний стан духовності українського суспільства. Деякі з них є проявом загальної кризи духовності в сучасних суспільствах споживання, тобто мають «загальнолюдський характер». Нині ми переживаємо розквіт прагматизму. Прагматизм набрав виключно темного забарвлення, наслідком такого стану речей є відчуття гострої нестачі духовності. Метою сучасного підприємництва є служіння суспільству: не шкодити суспільству та його громадянам і надавати очікувані та якісні товари та послуги. Виробники повинні нести відповідальність за небезпечні побічні наслідки, передбачити неправильний засіб уживання товарів. Глобалізоване суспільство активно функціонує не як механічний агрегат недиференційованих за душевними й духовними ознаками індивідів, а як усвідомлена єдність високоосвічених

людей, які не втрачають себе в ній, а, навпаки, вважають її засобом для постійного самовдосконалення [3, с. 100-101].

Отримані результати свідчать про те, що українські бізнес-структури зарекомендували себе в світовому бізнес-просторі не зовсім відповідально з етичної точки зору. Тому, на нашу думку, в Україні настільки низький рейтинг довіри в бізнес-відносинах. Неякісне податкове законодавство, яке суміжне з недотриманням етичних бізнес-норм, відкидає нашу країну назад в процесі її входження на міжнародний економічний простір. Цю тенденцію може виправити молоде покоління бізнесменів, яке вивчається на високий моральних устоях не лише в бізнесі, але й в особистому житті, яке черпає досвід етичної поведінки з зарубіжних практик і прагматично вводить її в бізнес-поведінку, починаючи з лобювання бізнес-інтересів при прийнятті лояльного і ефективного законодавства і закінчуючи власними переконаннями у веденні бізнесу з іноземними партнерами.

### Список використаних джерел

1. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету / Г. М. Калашник., 2007. – 143 с.
2. Овсянкін Л. Моральні критерії підприємницької діяльності. Людина і політика. / Л. Овсянкін. – 2002. – №3. – С. 138–143.
3. Сидоренко С. В. Методологічні засади аналізу етики бізнесу. Гуманітарний вісник ЗДІА. / С. В. Сидоренко. – 2009. – №39. – С. 91–106.
4. Парадигма інноваційного розвитку в умовах ринкової трансформації : монографія / Е. М. Забарна, О. М. Козакова, В. А. Чердниченко [та ін.] ; за заг. ред. Е. М. Забарної ; Одес. нац. політехн. ун-т. – Херсон : Олді-плюс, 2019. – 92 с.  
<http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/8458>