

Ольга ВЛАДИМИР

ЧЕСНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: НЕОБХІДНА ОБ'ЄКТИВНІСТЬ ТА ПЕРЕДУМОВИ ВВЕДЕННЯ

Обґрунтовано необхідність організації чесного та прозорого бізнесу. Розглянуто існуючі умови, що визначають сучасний рівень чесності українського бізнесу. Визначено основні складові, які впливають на формування культурного бізнес-середовища та визначають можливості побудови чесного бізнесу. Зокрема, досліджено вплив на розвиток чесного бізнесу в Україні таких складових, як: сім'я, освіта, правове поле, податкова система, державна політика, інституційне середовище, цінності та взаємостосунки, релігія. Розглянуто сучасні умови для розвитку малого та середнього підприємництва, його частку у ВВП України та проведено порівняльну характеристику з частками у ВВП інших країн світу. Визначено особливості прояву нечесності бізнесу за наступними рівнями відносин: підприємство – держава, підприємство – інституційна інфраструктура, підприємство – підприємство, підприємство – партнери по бізнесу, підприємство – споживачі. Запропоновано основні шляхи вирішення існуючих проблем, пов'язаних з тінізацією та корупційністю бізнесу та економіки країни.

Ключові слова: *бізнес, бізнес-культура, чесний бізнес, бізнес-середовище, етика, мораль, ділова репутація, державна політика, податкова система, конкуренція, тінізація, корупція.*

Постановка проблеми. Економіка будь-якого суспільства представлена сукупністю різних видів діяльності, спрямованої на створення та забезпечення споживача матеріальними благами з метою отримання прибутку. Одним з основних видів людської діяльності в ринковій економіці є бізнес. Завдяки бізнесу – малому, середньому, великому – відбувається розвиток країни за усіма напрямками народного господарства: розвивається національна економіка, наука, виробництво, зростають соціальні стандарти, добробут населення, розвивається культура і мистецтво.

Згадавши історичні особливості економічного розвитку нашої країни, можемо зазначити, що командно-адміністративний тип господарювання на тривалий час позбавив можливості громадян розвивати власну підприємницьку справу та формувати українську бізнес-культуру. Із проголошенням незалежності в Україні відбулось стрімке зростання підприємств та бізнесменів. Проте основні гравці бізнесу, відкриваючи власну справу, у ті часи діяли у законодавчо несформованому та незакріпленому бізнес-середовищі, часто із недотриманням основ бізнес-культури та порушенням етичних норм ведення бізнесу. Такий підхід до ведення власної справи частково зберігся й до нині.

Із установленням нових суспільних відносин, закріпленням у суспільній свідомості елементів ринкових підходів господарювання починає зростати розуміння необхідності дотримання "правил гри", які допомагають у веденні довгострокової бізнес-діяльності, налагодженні вигідних взаємовідносин з надійними партнерами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В економічній літературі можна зустріти чимало праць, присвячених особливостям формування бізнес-культури у світі та Україні, дослідженню основних її складових, зокрема корпоративної, організаційної, культури ведення ділових переговорів. Неодноразово розглядався вплив морально-етичних норм на побудову, організацію та особливості ведення підприємницької діяльності та приватного бізнесу. Зазначеним аспектам приділили увагу такі науковці та практики, як: В. Баранівський, О. Виходець, В. Демчак, В. Колот, О. Міхеєва, М. Савенкова, В. Світлична, Т. Скворцова, З. Скринник, Т. Смолженко та ін.

Невирішена частина проблеми. Враховуючи цінність усіх напрацювань у сфері формування бізнес-культури, дослідження основних складових, які визначають особливості її розвитку, вивчення проблем, що супроводжують сучасний вітчизняний бізнес, недостатньо розкритими є питання необхідності створення належних умов для ведення чесного бізнесу в сучасному суспільстві. Громадськість турбують питання чесності вітчизняного бізнесу. Чи може він вестися на принципах відкритості та прозорості?

Постановка завдання. Тому метою роботи є визначення сучасного рівня чесності українського бізнесу та пошук шляхів його покращення; визначення основних передумов, необхідних для організації чесного та прозорого бізнесу, а також факторів, які впливають на формування порядної особи, громадянина та бізнесмена.

Виклад основного матеріалу. Чесність, порядність та справедливість є основними категоріями моральності і людяності. Проте для отримання прибутку і розвитку бізнесу необхідно також бути освіченим, цілеспрямованим, наполегливим, винахідливим, комунікабельним. Саме поєднання цих чеснот і допомагає досягти успіху сучасному бізнесмену. Проте чи діють принципи етичного бізнесу в Україні, чи може бути вітчизняний бізнес справедливим за сучасних умов?

Феномен культури безпосередньо впливає на результати бізнесу, досягнення його проміжної та кінцевої мети. Реалізація ефективних довгострокових планів розвитку підприємства неможлива без провідної ролі моралі, високих життєвих і етичних цінностей його персоналу. Пропонуємо виділити основні складові, які впливають на формування культурного середовища бізнесу та визначають можливості побудови чесного бізнесу (рис. 1).

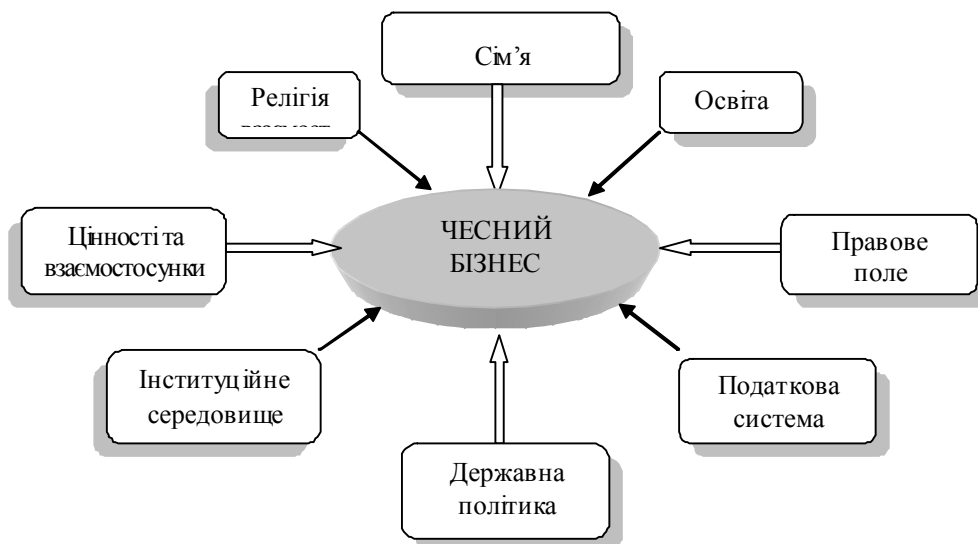


Рис. 1. Складові, що впливають на формування чесного бізнесу

Чесність, порядність, моральність є фундаментальними чеснотами, які мають виховуватися у сім'ї. Проте нині чимало дітей у сім'ях не отримують морального, етичного виховання, оскільки їхні батьки не можуть навчити дітей того, чого їм самим бракує. Наступною інституцією виховання є середня школа, але для вивчення етики у школі відведено лише одну годину на місяць, тобто учні просто не мають часу для опанування етики та моралі.

У вищих навчальних закладах студенти вивчають передусім фахові предмети. Більше того, не у всіх спеціалізованих вищих навчальних закладах викладається така дисципліна, як "Підприємництво та бізнес-культура", оскільки належить до вибіркових, а не нормативних дисциплін. Натомість, вважаємо, об'єктивно необхідним викладати основи бізнес-культури не лише для економістів, а й для медиків, юристів, інженерів – у майбутньому потенційних підприємців. Отож очевидним є брак виховання моральних і етичних чеснот у молодих людей на всіх щаблях їхнього навчання, що не забезпечує міцного підґрунтя для формування чесного бізнесу.

Нечесний бізнес є забороненим як з позиції суспільної моралі та етики, так і на законодавчому рівні. В Кодексі етики Європейської бізнес-асоціації визначено принципи ведення чесного бізнесу. Компанії мають сприяти поширенню правил чесної та прозорої конкуренції, некорупційних форм ведення бізнесу, дотримуватися чинного законодавства, поважати права інтелектуальної та інших форм власності, права працівників, намагатися розвивати конструктивні взаємовідносини між місцевими та центральними органами влади, поважати інтереси місцевих громад і визнавати важливість захисту навколишнього середовища. Інакше кажучи, бізнес необхідно здійснювати без хабарів, виплат заробітної плати у конвертах, використання "шпарин" у законодавстві. Чесний підприємець не повинен завищувати ціни у гонитві за надприбутками та вводити в оману споживачів. Це очевидні норми, але чи всі їх сповідують і дотримуються?

У ст. 19 Закону України "Про захист прав споживачів" юридично викладено заборону нечесної підприємницької практики, яка є неприйнятною для суспільства. Свобода вибору товару чи послуги є невід'ємною складовою прав людини [1]. У ст. 1 Закону України "Про захист від недобросовісної конкуренції" нечесну підприємницьку практику визначено як будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності [2].

Отже, правове поле створено, але різноманітні прийоми нечесної конкуренції та введення в оману часто використовуються виробниками та мережею роздрібною торгівлі. Споживачу завжди треба бути обережним та готовим до протидії нечесним маніпуляціям, зокрема, необхідно зберігати чек, перевіряти дату виготовлення товару і його сертифікацію. Укладаючи будь-які угоди, потрібно уважно читати текст документа, вивчити всі питання, які викликають сумніви.

Завдяки процесам глобалізації, створенню рейтингів, які відображають позиції різних країн світу за загальними статистичними показниками, кожна країна перебуває у конкурентних умовах, тобто має стимули для поліпшення бізнес-середовища, вдосконалення законодавства, впровадження міжнародних стандартів. На жаль, умови, в яких знаходиться мале підприємництво на загальній системі оподаткування в Україні, визнано одними з найгірших у світі. Так, за рейтингом Doing Business – 2012 Україна посідає 181 місце за рівнем оподаткування (як і в рейтингу 2011 р.). З 2006-го по 2012 рр. за даними цього рейтингу загальний податковий тиск зазнав незначних змін – з 57,3 до 57,1% (від прибутку) [3].

Втішним є те, що згідно з рейтингом “Ведення бізнесу 2013” (Doing Business 2013) Україна увійшла до списку 23 країн світу, які провели у 2011–2012 рр. масштабні реформи у сфері бізнес-середовища, а також увійшла до списку лідерів зростання серед країн СНД. Найбільшого прогресу наша держава досягла у спрощенні процедури започаткування бізнесу та вдосконаленні реєстрації власності.

Основним індикатором чесності ведення бізнесу в Україні є зростання обсягу сплати податків до бюджету. Як зазначає Президент української торгово-промислової конфедерації В. Демчак, держава в багатьох випадках є несправедливою щодо бізнесу, забираючи у нього значну частину доходу через податки. Такий високий рівень оподаткування спричиняє появу різноманітних схем ухилення від їх сплати, інакше не залишатиметься коштів для розвитку справи, виплати зарплат найманим працівникам [4, с. 42].

Нині бізнес отримує тисячі гучних звинувачень з усіх сторін у тому, що він обкрадає свою державу і громадян, не сплачуючи податки. Науковці ж стверджують, що діючі в країні податки не менш ніж утричі перевищують всі допустимі для виживання бізнесу норми. Проте справа не тільки в розмірах податків, а й у тому, як влаштована податкова система.

Власник діючої мережі магазинів розповів таку історію: “Мене завжди турбувала ця безглузда ситуація з необхідністю весь час приховувати податки і жити з відчуттям, що ти постійно порушуєш закони. У якийсь момент я сказав собі, що треба серйозно готуватися до нових часів, коли нарешті затвердять “розумний” Податковий кодекс. І я вирішив провести експеримент – один зі своїх магазинів зробив зразковим. По ньому усе робив максимально законно і виплачував всі мислимі і немислимі податки. Кілька місяців я терпів з цього магазину просто фантастичні збитки – реальні, не на папері. А потім прийшла податкова інспекція. І що ви думаєте? З усіх перевірених магазинів вона виписала штрафну санкцію саме на цей, зразковий магазин, пославшись на якусь заднім числом підписану постанову, та ще й нарахувавши на штраф пеню майже за рік. І як ви думаєте, мені потрібно продовжувати такі експерименти?” [5, с. 82].

У наведеному випадку важливим внутрішнім ціннісним стрижнем у поведінці цього бізнесмена виступає його прагнення до “законослухняності”, проте існуючі податкові умови ставлять його у глухий кут.

Очевидно, що держава має розглядати бізнес не лише як джерело доходів бюджету, а й як економічну категорію, як сферу зайнятості. Податкове законодавство має викликати у кожного платника впевненість у справедливості адміністрування, принципів і підходів. Громадянин має відчувати, що сума сплачених податків є адекватною рівню благоустрою та забезпечених державою суспільних благ. При цьому вирішальне значення має не лише розмір ставок, а й база оподаткування. Зрозуміло, що податкове законодавство потребує вдосконалення, оскільки воно безпосередньо впливає на сприятливість бізнес-клімату. Тому тіньовий бізнес не є лише проблемою відсутності певних чеснот, частина підприємців змушена працювати поза межами закону, оскільки немає іншого вибору.

З огляду на перспективи розвитку бізнес має бути чесним. Обманути партнера чи споживача у сучасному високоінформаційному суспільстві підприємець може лише один раз, удруге зробити це неможливо, до того ж втрата ділової репутації поставить під сумнів майбутнє компанії. Якщо виробник зловживає довірою покупців, він зрештою втратить їх, якскравим свідченням цьому є ринок продовольчих товарів. Випускаючи

сурогатну продукцію замість натуральної, підприємці спонукають споживачів надавати перевагу іншому, більш якісному товару. Довіра споживачів до певного продукту чи послуги є важливим чинником сучасних економічних відносин. Вона також є надзвичайно важливою для суб'єктів фінансового ринку: клієнт звернеться лише до того банку, якому довіряє, або послугами якого рекомендують скористатися колеги та друзі.

Якщо говорити про тривалу стратегію розвитку бізнесу, треба зазначити, що український бізнес переважно орієнтований на коротко- та середньострокову перспективу. Власники справи прагнуть якнайшвидше отримати прибутки від вкладених коштів. Така ситуація зумовлена політичними обставинами. В Україні дотепер немає чітко зорієнтованої стратегії розвитку держави. Мінються уряд та влада – мінються і орієнтири економічного співробітництва, в тому числі міжнародного. Невизначеними є питання економічного, юридично-правового, науково-виробничого, соціально орієнтованого характеру, які безпосередньо формують середовище для розвитку бізнесу. За таких умов справді важко будувати довгостроковий бізнес, який зазвичай належить до великого і характеризується тривалим терміном окупності. Зрозуміло, що власники капіталу не мають бажання займатися ризиковою та позбавленою гарантій справою. Нині український бізнес більше думає про швидкий прибуток, і менше про свою ділову репутацію та імідж у майбутньому.

Нині від бізнесменів вимагають сплати податків, прозорого ведення бізнесу в рамках законодавчого поля, але при цьому держава не взяла на себе повної відповідальності за стан справ в економіці, розвиток інфраструктури, не звітує за виконання надходжень та розподіл загального національного багатства. Це не проблема моральності та чесності бізнесу. Фактично це криза диспропорцій прав і обов'язків у неформальній суспільній угоді між громадянами і державою. Ця угода, яка є основою для формування законодавства, мотивації та поведінки людей, не відповідає вимогам часу. Необхідно по-новому будувати взаємини у суспільстві, але нині немає дієвого механізму. Як зазначає член міжнародної академії телебачення А. Мірошниченко, якщо ж держава вимагає сплачувати податки, але при цьому не звітує перед платниками за їх використання, або якщо громадяни вимагають звіту за використання бюджетних коштів і при цьому не хочуть сплачувати податки, досягнути суспільного порозуміння досить складно [4, с. 42].

Недосконалість побудови та функціонування інституційного середовища породжують і практично унеможливають викорінення такої проблеми, як корупція. Феномен корупції підприємці використовують через прагнення вирішити проблемні питання найлегшим шляхом, уникаючи офіційних дозвільних процедур та контролю за своєю діяльністю. З одного боку, усі говорять про гостру необхідність подолання корупції на усіх щаблях суспільства і в усіх сферах діяльності як найбільшого зла на шляху розбудови держави, а з іншого, потрапляючи у складну, часто штучно створену ситуацію більшість, думаючи лише про власну вигоду, починає шукати легкі шляхи з її виходу. За відсутності почуття власної гідності, соціальної відповідальності, етичних норм поведінки та наявності страху така ситуація породжує безвихідь у подоланні корупції.

Використання тінювих механізмів для отримання економічних і конкурентних переваг є аморальним, але водночас це ефективна стратегія, основною метою якої є отримання прибутку. Тому головне завдання держави – створити умови, за яких бізнес може чесно, прозоро працювати, бути прибутковим, створювати нові робочі місця, виплачувати економічно обґрунтовані податки. За таких умов у підприємця не буде необхідності використовувати тінюві механізми. Бізнес-середовище має неписані

етичні норми та правила у сфері конкуренції, розподілу прибутків, які здебільшого виконуються. Підприємці в переважній більшості є законслухняними громадянами, і лише економічні реалії змушують їх до пошуку шляхів збереження і розвитку бізнесу. На державному рівні необхідно реалізувати програму детінізації економіки. Треба з'ясувати, в якій фазі розвитку нині знаходиться вітчизняна економіка, оскільки два десятиліття тому панувала державна форма власності на основні засоби виробництва. Нині в економіці функціонують здебільшого великі об'єднання і навіть монополії. Частка середнього та малого бізнесу становить 10–15%, в економічно розвинутих країнах цей показник сягає 60–70% (рис. 2).

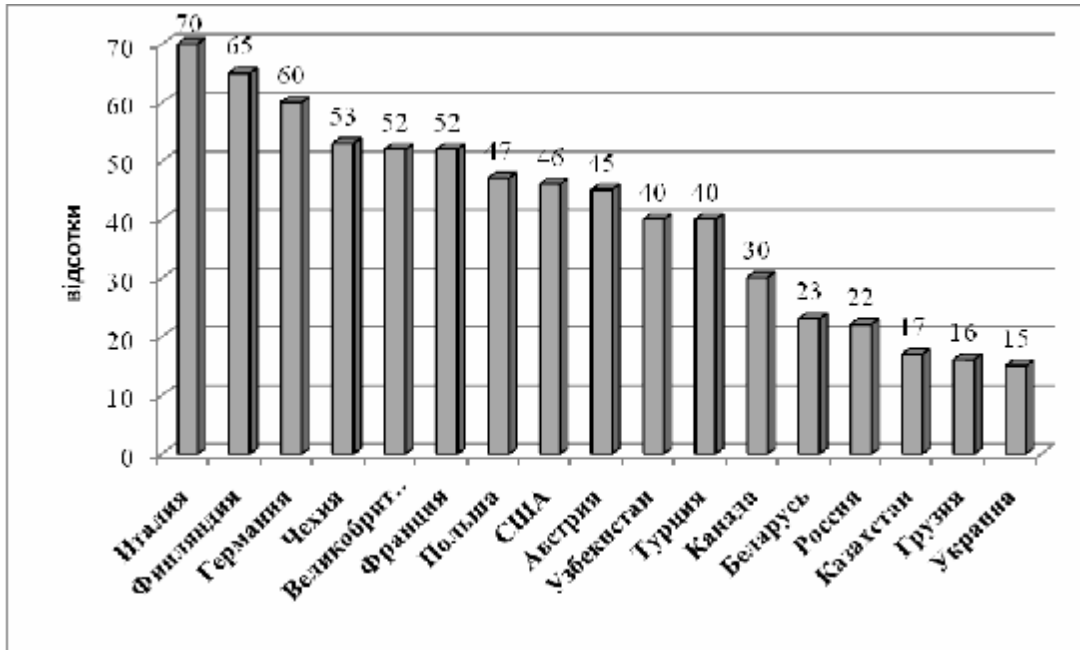


Рис. 2. Частка малого бізнесу у ВВП країни [6]

Важливою складовою у формуванні сприятливого бізнес-середовища є дотримання права приватної власності та принципів економічної свободи і соціальної відповідальності.

Ретроспективний огляд процесу формування крупної приватної власності та приватизації державного майна в Україні вказує на фактичне злиття приватного бізнесу і політики. У бізнесі існує вельми цікава приказка: там, де мова заходить про суми понад 500 млн. дол., закінчується бізнес і починається політика. Інакше кажучи, тоді вже не діють канони, етика і правила гри бізнесу, а включаються канони, етика і правила гри політичної діяльності. Тобто люди, які використовують державну владу, просувають проект монополізації галузі, розміщення великих замовлень для своїх виробництв тощо, діють уже не за законами бізнесу, а за законами політичних ігор. Натомість виконання прямого обов'язку держави щодо обмеження можливості такого впливу, встановлюючи суворі і дієві закони, що регламентують лобістську діяльність та протидіють утворенню монополій, ухиленню від податків, утруднюється. Заради забезпечення чесності та рівних умов розвитку для малого, середнього та великого бізнесу необхідним є від'єднання великого бізнесу від політики, що у сучасному світі так само нелегко.

У процесі економічних перетворень від адміністративно-командної до ринкової економічної системи не було досягнуто бажаного результату щодо якісної зміни економічної моделі та суспільно-економічних взаємовідносин. Необхідно на законодавчому рівні чітко врегулювати права приватної власності, унеможливити їх порушення шляхом використання шахрайських і рейдерських схем, а також запобігати приватизації власності, що належить територіальним громадам, скажімо паркових зон, пам'яток архітектури, природоохоронних комплексів задля використання їх у власних цілях, а не за призначенням, оскільки це призводить до появи тіньової економіки. Таким чином, в Україні необхідно зосередити увагу на створенні інституту приватної власності. Саме вільний, законслухняний та законом захищений громадянин, який розпоряджається власністю, результатами своєї праці і застосуванням своїх здібностей, є рушієм економічного зростання, розробки і впровадження інновацій.

Іншою складовою у забезпеченні сприятливого бізнес-середовища для розвитку чесного бізнесу має бути забезпечення економічних свобод. Як зауважила Т. Смовженко, нині ніхто не змусить діяти підприємця за такими процедурами, які є для нього є неприйнятними або невідповідними. Бізнесмен є власником підприємства, сам приймає рішення, оскільки у випадку помилки він збанкрутує. Або ж чи може хтось змусити споживача купувати продукти або отримувати послуги, яким той не довіряє, або які вважає шкідливими, ненадійними? Ні, оскільки споживач приймає рішення самостійно, відповідно до власних інтересів і уподобань [4, с. 43]. Необхідно досягнути консенсусу, а індивідуалізм і прагнення отримати прибуток не повинні стояти на заваді суспільній користі від економічної діяльності. Це еволюційний процес, і його необхідно пройти. Жодні обставини не є виправданням для випуску підприємцями неякісної продукції або використання відвертого обману споживачів. Прагнення підприємців отримати максимальні прибутки має реалізуватися через прагнення задовольнити суспільні потреби, зокрема потреби споживачів. Г. Форд з цього приводу наголошував, що робити бізнес на основі чистої наживи – уже ризикована справа, завданням підприємця є виробляти для споживання, а не для наживи чи спекуляції [7, с. 47].

Щоб формувати довіру, добру репутацію та позитивний імідж бізнес повинен бути прозорим та відкритим для споживачів та громадськості. Наприклад, важливим фактором підвищення довіри і фінансової стійкості банківського сектору є його транспарентність, тобто обсяг інформації про комерційні банки має бути максимально доступним для акціонерів і його клієнтів. Скажімо, у міжнародній банківській практиці, зокрема у Німеччині, прийнято у щорічній звітності відображати не лише інформацію про діяльність банку, а й розмір заробітної плати учасників Ради правління банку [8, с. 34]. В Україні ж така інформація є недоступною, а згідно з річною звітністю прибутки банківських установ є мізерними. Відтак виникає запитання: чи пропорційно співрозмірні річні прибутки керівництва банку і безпосередньо самого банку?

Деякі науковці вважають податки інструментом справедливого розподілу благ у суспільстві, інші переконані, що лише чесна конкуренція на всіх ринках створює необхідні передумови для цього. Завдяки прищепленню моральних і етичних цінностей у цій сфері виникло поняття соціально відповідального бізнесу як добровільного зобов'язання компанії щодо підвищення якості життя не лише своїх співробітників, а й усього суспільства. В Україні вже є чимало компаній, які дотримуються принципів ведення чесного, соціально відповідального бізнесу, вони є прикладом для колег та всього бізнес-середовища. Проте чесний бізнес у конкурентній боротьбі з підприємцями, які використовують тіньові механізми, може програти, особливо якщо ці підприємці використовують державний апарат.

Як слушно зауважила науковець З. Скринник, бізнесмен, вирішуючи як йому діяти, здебільшого обирає не між категоріями “чесно-нечесно”, а між “вигідно-невигідно”. Тобто вибір стоїть між ціною підпорядкування вимогам закону і ціною нелегальної діяльності. Тінізація економіки відбувається там, де ціна нелегальної діяльності є нижчою порівняно з прозорою [4, с. 44]. Крім цього тіньова частина економіки є надзвичайно організованою, з ефективно діючими неписаними законами. Відтак виникає ситуація, за якої поняття “законно” і “чесно” стають відмінними. На думку науковця, держава в інтересах суспільства має вирішувати ці проблеми так, щоб суспільне багатство і достаток зростали. Якщо ж держава лише перерозподіляє державне багатство, а не стимулює розширене виробництво, то це призводить до структурних проблем економіки. При успішному зростанні та розвитку нелегальної економіки, збільшуються обсяги вивезення капіталу за кордон, податковий тягар на легальну економіку зростає. Переобтяжений податками, зборами, платежами та акцизами чесний бізнес стає неефективним та неконкурентоспроможним.

Якщо розглядати проблеми чесності бізнесу, то можна виокремити такі рівні їх вияву:

– підприємство – держава. На цьому рівні нечесність бізнесу зумовлена існуванням несприятливого бізнес-середовища, підприємці змушені використовувати тіньові механізми, приховувати прибутки задля власного виживання на ринку;

– підприємство – інституційна інфраструктура. Бізнесмени вдаються до нечесних правил гри з метою обходу складних бюрократизованих процедур вирішення справи, що поглиблює проблему корупції та хабарництва;

– підприємство – підприємство. Застосування прийомів недобросовісної конкуренції з метою максимізації прибутку та зміцнення власних позицій на ринку;

– підприємство – партнери по бізнесу. Нечесність з партнерами може проявлятися у вигляді приховування достовірної інформації з метою реалізації власних короткострокових інтересів, зумисного порушення чи недотримання умов договору.

– підприємство – споживач. Обман споживача шляхом виготовлення неякісної, з дешевої сировини продукції з метою максимізації прибутку, надання неповної інформації з метою введення споживача в оману, здійснення неналежного обслуговування, ухилення від виконання гарантійних умов та зобов'язань.

Нечесність бізнесу на кожному із зазначених рівнів не може бути прийнятною і виправданою, проте з кожним рівнем вона стає все більш небезпечною та згубною як для окремої людини – споживача, так і для суспільства та держави загалом. Обманюючи когось, у кінцевому підсумку ми обманюємо самі себе.

Досліджуючи можливості ведення чесного бізнесу, слід врахувати і вплив релігії на цей процес. Як стверджує В. Світлична, в Україні усталена модель найгіршої економічної поведінки, для якої притаманним є збагачення заради збагачення, ігнорування писаних і неписаних норм та правил, дотримання бізнесменами лише власних і нехтування суспільними інтересами, публічне хизування розкішним способом життя, марнотратство тощо [4, с. 44]. Причини очевидні: недосконале законодавство, низький рівень моралі, слабкість суспільних інститутів, які мають давати громадянам орієнтири або показувати приклад. На думку науковця, основними історичними передумовами такого становища є панування у суспільстві понад 70 років комуністичної ідеології, яка заперечувала право непорушності приватної власності, взагалі не визнавала бізнес як форму прояву економічної ініціативи, а схильність людей до підприємницької діяльності вважалася злом. Під час соціально-економічних трансформацій суспільству не були запропоновані морально-етичні правила ведення бізнесу, а моральних регуляторів на рівні усталених

упродовж багатьох років традицій не було. Внаслідок цього сучасна модель економічної поведінки сформувалася стихійно.

З точки зору православ'я бізнес є негативним явищем. При цьому пропагується незаможність, жебрацтво, відмова від матеріальної складової життя, покірність особистості. Історичний досвід показує, що найбільшого успіху в економічному розвитку досягнули протестантські країни, оскільки ця течія християнства запропонувала позитивне ставлення до бізнесу, підприємливості, засуджувала бідність, неробство, натомість заохочувала особисту свободу, продуктивну працю і досягнення родинного достатку. Успіх у підприємництві визнавався проявом божественної благодаті, завдяки чому ці країни швидко розвивалися та збільшували капіталізацію. Протестантизм, визнавши бізнес, запропонував суспільству моральні правила його ведення. Отже, в країнах православ'я церква і духовенство також мають визначити правила ведення бізнесу, що базуватимуться на нормах християнської православної етики і моралі.

Важливий внесок у формування сприятливого бізнес-середовища і визначення етичних норм мають також зробити держава, соціально-політичні інститути, засоби масової інформації, освітні заклади. З юних літ молоді необхідно прищеплювати морально-етичні цінності. Бізнесмен повинен розуміти, що прибуток – це важлива складова успіху, але честь і добра репутація значно важливіші.

Висновки. Очевидно, що проблеми справедливості у бізнесі та нерівності доходів із найдавніших часів цікавили мислителів, учених, фінансистів і цікавитимуть ще тривалий час. Проблема нечесного бізнесу є надто складною і багатогранною. При її вирішенні не можна усі звинувачення і усю відповідальність покласти лише на бізнесменів. Якщо в усьому цивілізованому світі визнано, що бізнес має бути чесним і соціально-відповідальним, і це питання не є предметом дискусії, то в Україні нечесний бізнес вважається звичним явищем. У цивілізованому світі також діє сила закону та правопорядку, громадяни і суб'єкти господарювання впевнені у верховенстві справедливого вирішення справ. Держава виконує роль захисника інтересів громадськості, національної економіки і всіляко протидіє можливостям розвитку тіншових схем та механізмів ведення бізнесу, несанкціонованому використанню держаних коштів та владних повноважень. Щоб український бізнес був чесним, насамперед необхідно на державному рівні створити усі необхідні для цього умови: вивести з політики бізнес; вдосконалити законодавчу базу; узаконити та ефективно інтегрувати нелегальний сегмент бізнесу до загальної структури економіки; розробити відповідно до національних інтересів програму стратегічного розвитку країни, при цьому розвиваючи багатовекторність міжнародних відносин відповідно до державно важливих пріоритетів. Водночас слід пам'ятати і про необхідність формування гуманного, високодуховного та морального суспільства, яке розпочинається із кожного з нас.

Сучасні моделі та світовий досвід успішного бізнесу показують, що чесний, прозорий бізнес має неабиякі переваги для свого розвитку в перспективі. Опанувавши специфіку провадження прозорої діяльності, бізнесмен обирає важчий шлях, але здобуває неоціненний досвід і навички роботи у складних або несприятливих умовах. Це і є його головна конкурентна перевага. Тому треба вірити в успіх справи, опанувати мистецтво переконувати інших людей у важливості впровадження змін, цінувати партнерів та їхній внесок у спільну справу, прислухатися до думки інших фахівців та клієнтів, споживачам слід давати дещо більше від обіцяного, а також мінімізувати витрати та вдосконалювати систему менеджменту.

Література

1. Закон України "Про захист прав споживачів" від 12.05.1991 № 1023-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
2. Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції" від 07.06.1996 № 236/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>
3. "Зелена книга малого бізнесу України – 2012": основні висновки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pfi.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=243:l-2012r-&catid=37:podii&Itemid=1
4. Підвисоцький Р. Чи може бізнес бути чесним? (Матеріали круглого столу) / Р. Підвисоцький // Вісник Національного банку України. – 2013. – № 6. – С. 41–44.
5. Баранівський В. Ф. Етика бізнесу : навч. посіб. / В. Ф. Баранівський, Т. Г. Скворцова. – К. : Видавець ПАЛІВОДА А.В., 2008. – 200 с.
6. Вжити за всяку ціну. Розвиток малого бізнесу в Україні гальмується потужним тиском бюрократії / Кореспондент від 07.06.2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/journal/1568905-korrespondent-vizhiti-za-vsyaku-cinu-rozvitok-malogo-biznesu-v-ukrayini-galmuetsya-potuzhnim-tiskom-b>
7. Мочерний С. В. Основи підприємницької діяльності : посібник / С. В. Мочерний, О. А. Устенко, С. І. Чеботар. – К. : Академія, 2001. – 280 с.
8. Владимир О. Формування позитивної репутації банків як одна зі складових стабілізації валютного ринку України / О. Владимир, О. Стельмах // Соціально-економічні проблеми і держава. – Тернопіль : Терно-граф, 2010. – Вип. 1 (3) – С. 33–38.

References

1. Ukrainian law "Customer's rights protection" of 12.05.1991 # 1023-XII [WWW resource]. – Available at : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
2. Ukrainian law "Protection from dishonest competition" of 07.06.1996 # 236/96-VR [WWW resource]. – Available at : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>
3. "Green book of small business of Ukraine — 2012": main conclusions [WWW resource]. – Available at : http://www.pfi.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=243:l-2012r-&catid=37:podii&Itemid=1
4. Pidvysotskyi R. "Can the business to be honest?" (Round table materials) / R. Pidvysotskyi // Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy. — 2013. — # 6. — P. 41-44.
5. Baranivskyi V. F. "Business ethics": manual / V. F. Baranivskyi, T. H. Skvortsova. – K. : Vydavets PALYVODA A. V., 2008. — 200 p.
6. "Survive at all costs. Small business in Ukraine is hampered by strong pressure of bureaucracy" / Korespondent on 07.06.2013 [WWW resource]. — Available at : <http://ua.korrespondent.net/journal/1568905-korrespondent-vizhiti-za-vsyaku-cinu-rozvitok-malogo-biznesu-v-ukrayini-galmuetsya-potuzhnim-tiskom-b>
7. Mochernyi S. V. "Basics of entrepreneurship": manual / S. V. Mochernyi, O. A. Ustenko, S. I. Chebotar. – K. : Akademia, 2001. — 280 p.
8. Vladymyr O. "Forming the positive banking reputation as one of the components to stabilization of Ukrainian currency exchange market" / O. Vladymyr, O. Stelmakh / Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava. – Ternopil : Terno-hraf, 2010. – #1 (3) – P. 33–38.

Редакція отримала матеріал 17 грудня 2013 р.