

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.12.107](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.12.107)

УДК 338:658.3

*С. І. Пучкова,  
к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі,  
Одеський національний політехнічний університет  
ORCID: 0000-0003-4962-3885*

## **МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕТИЧНОГО РІВНЯ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ**

*S. Puchkova  
PhD (Economics), Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Trade,  
Odessa National Polytechnic University*

### **METHODS OF IMPROVING THE ETHICAL LEVEL OF BUSINESS ORGANIZATION**

*У статті розкрито специфіку корпоративної етики як невід'ємної частини етики бізнесу. Визначено взаємозв'язок між етикою бізнесу і успішністю бізнес-організації. Зазначені основні етичні проблеми, з якими стикаються підприємці на практиці. Наведено визначення поняття корпоративна етика та акцентовано увагу на її основних документах. Досліджено інструменти щодо підвищення етичного рівня організації з можливістю їх подальшого використання в бізнесі. Особлива увага приділена таким інструментам, як кодекси корпоративної етики, діяльність фахівців з бізнес-етики, повідомлення про порушення законодавства та етичних стандартів та функція комплаєнс. Розкрито роль та функції кодексів корпоративної етики. Проаналізовано концепцію корпоративних омбудсменів та сформульовано вимоги до їх діяльності. Визначено сутність поняття комплаєнс. Наведено закордонний досвід застосування комплаєнс-програм. Проаналізовано практику США у використанні методу повідомлення про порушення законодавства та етичних стандартів (whistleblowing).*

*Entrepreneurship raises the importance of ethical issues such as trust between business partners, transparency of business conduct, fairness of competition, openness of relations between employees and employers, responsibility of business to staff, consumers, society as a whole, combating corruption, caring for the environment about businesses . Therefore, business ethics is important for the success of any organization. Fundamental research into the ethical foundations of business has emerged since the late 1950s. The publications of the period of the 90s - 2000s show that the use of ethical principles in the professional activity of business people improves business, enhances its social efficiency and attractiveness. It is emphasized that corporate ethics is a responsibility and a constant prerogative to conduct professional ethics-based businesses and to contribute to economic development while improving the quality of life of their workers and their families, as well as of society as a whole. The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) deals with corporate ethics. In the management practice, a number of special measures and methods aimed at forming and improving the ethical level of the business organization have*

*been developed. Corporate ethics codes are designed to regulate corporate behavior, in particular, the issue of ensuring the interests of shareholders, the accountability of directors and the management of the company. Ethics professionals are designed to develop ethical policies for the organization and to address specific ethical issues. Corporate Ombudsmen are outside the formal structure and provide confidentiality assistance to executives and other employees of the company in dealing with conflict situations. The whistle blowing procedure is used by companies abroad as an internal means of monitoring compliance with legal and ethical standards. Compliance controls reduce reputational and legal risks and are a prerequisite for successful international markets. The above methods of raising the ethical level of a business organization are effective tools in the field of preventing violations of business ethics and exercising control over the proper implementation of policies and procedures.*

**Ключові слова:** етика бізнесу; корпоративна етика; корпоративні кодекси; етичний рівень організації; омбудсмен; карта етики; комплаєнс.

**Keywords:** business ethics; corporate ethics; corporate codes; ethical level of organization; ombudsman; ethics card; compliance.

**Постановка проблеми.** Сучасний бізнес стає більш складним і глобалізованим, отже виникає все більше взаємозв'язків між учасниками економічних відносин. В таких умовах економічні важелі діяльності організацій істотно доповнюються чинниками етичного характеру. Підприємці і менеджери все частіше стикаються з етичними проблемами в повсякденній практиці. Отже, підвищується важливість таких етичних питань, як: довіра між діловими партнерами, прозорість ведення бізнесу, чесність конкуренції, відкритість стосунків між працівниками і роботодавцями, відповідальність бізнесу перед персоналом, споживачами, суспільством в цілому, боротьба з корупцією, піклування підприємств про навколишнє середовище.

У 2019 році керівники Apple, Boeing, FedEx, General Motors та ще понад 170 глобальних корпорацій з мережі Business Roundtable, сукупний дохід яких перевищує 7 трлн дол, зробили заяву, що прибуток більше не є кінцевою метою їх діяльності. Відтепер їхньою корпоративною ціллю стане задоволення інтересів усіх стейкхолдерів, а не лише своїх акціонерів. підприємства на Заході поступово змінюють свої підходи до ведення бізнесу [1].

Отже, етика бізнесу є важливою для успіху будь-якої організації. Зараз ця тема є актуальною в усьому світі. Очевидно, що і проблем у цій сфері є чимало, особливо це стосується необхідності вирішення питань порушень етичних норм у бізнес-середовищі.

Так, за останній рік у світі істотно зросла кількість інцидентів шахрайства та проявів корупції. Тільки за даними Kroll Global Fraud Report 2019, 84% перших осіб компаній стали жертвами принаймні одного прояву шахрайства за останній рік. Подібні інциденти істотно вплинули на безпеку працівників (82%), виручку або безперервність бізнес-процесів (78%), репутацію (65%) та взаємовідносини з державними органами (65%) опитаних компаній. При цьому, Kroll відмічає значно кращі результати з боку урядів та компаній у визначенні та опрацюванні таких інцидентів.

Україна вочевидь не значно вирізняється в даних світової статистики, за даними Transparency International Corruption Perceptions Index 2018 ми посідаємо 120-те місце, з 32-ма балами зі 100 можливих [2].

Проте все чіткіше проглядається тренд, коли вітчизняний бізнес все частіше та більш свідомо впроваджує прозорі та добросовісні практики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** З огляду на зазначену важливість етики бізнесу питання даної сфери активно досліджувалися і були викладені в численних зарубіжних і вітчизняних наукових публікаціях, статтях в ділових виданнях і в бізнес-літературі.

Фундаментальні дослідження етичних засад бізнесу з'являються, починаючи з другої половини ХХ-го століття.

Період кінця 50-х – початку 70-х років минулого століття характеризується осмисленням моральних чинників економічної діяльності в сфері бізнесу, що знайшло відображення в таких працях, як „Боротьба за етику в Паблік Рілейшнз” (Д. Фінн), „Ситуації в етиці бізнесу” (Г. Томас, Р. Баумхарт, Т. Пурыл, П. Роетс); „Нова роль менеджмента” (П. Друкер); „Моральні проблеми в бізнесі” (Б. Вінянт); „Менеджмент соціально відповідальної корпорації” (А. Мелвін) та багатьох інших. Ці роботи містили низку положень, що формували концептуальний зміст етики бізнесу. Дослідження 80-х – початку 90-х років знайшли відображення в працях „Етика в освіті менеджерів бізнесу” (С. Пауерс, Д. Вогел); „Нова атака на легітимність бізнесу” (П. Бергер); „Етичний бізнес” (П. Друкер); „Менеджери бізнесу і моральні заповідники” (Р. Конрад) та інші. 3, с. 4

В публікаціях періоду 90-х – 2000-х років обґрунтовується думка про те, що використання етичних засад в професійній діяльності ділових людей вдосконалює бізнес, посилює його соціальну ефективність і

привабливість. Особливо в цьому плані слід відзначити фундаментальну роботу американського вченого Ричарда Де Джорджа „Ділова етика”. Змістовністю і практичністю позначаються також монографії Д. Дж. Фрітцше „Етика бізнесу. Глобальна і управлінська перспектива”, А. Капто (Професійна етика), дисертаційні дослідження Т. Гугніної, В. Буреги, Л. Овсянкіної, О. Маслікової, О. Сердюк, Алоні. [3, с. 5].

Одним з найважливіших кроків по зміцненню бізнес-етики можна вважати прийняту в 1994 році в Швейцарському місті Ко (Саух) Декларацію Ко - «Принципи бізнесу». У цій Декларації зроблена спроба об'єднати основи східної і західної ділових культур. Її ініціаторами були керівники найбільших національних і транснаціональних корпорацій США, Західної Європи і Японії [4, с. 100].

В області усвідомлення етики українського бізнесу достатньо продуктивно працюють українські вчені: Ф.І. Хміль, Г.В. Щокін, Г.А. Дмитренко, О.Є. Кузьмін, Ю.І. Палеха, В.Г. Герасимчук, Г.О. Коваленко, А.В. Шегда, Г.Л. Хаєт та інші.

Однак стрімкі зміни соціально-економічних реалій підвищують стандарти ведення бізнесу, що потребує подальшого вивчення і більш детального розкриття питання підвищення етичного рівня українських бізнес-організацій в рамках корпоративної етики.

**Мета статті:** Метою даного дослідження є розкриття специфіки етичного регулювання бізнес-відносин та визначення основних інструментів підвищення етичного рівня діяльності бізнес-організацій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Одним з найголовніших пріоритетів будь-якої бізнес-організації є впровадження сучасних стандартів корпоративного управління. Невід'ємною частиною якісного корпоративного управління є правила корпоративної етики. Правилами корпоративної етики регулюються норми поведінки співробітників в ситуаціях, які не прописані посадовими інструкціями та законодавством держави.

У розвинених країнах Заходу, коли виникла потреба впорядкування взаємовідносин усередині фірм та корпорацій, а також усвідомлення їх місця в інфраструктурі економічних, торговельних та промислових зв'язків, на всесвітньому конгресі зі стійкого розвитку Л. Холм і Р. Ватс у доповіді «Making Good Business Sense» наголосили, що корпоративна етика – це відповідальність та постійна прерогатива вести професійні справи на основі етики і робити свій внесок в економічний розвиток, одночасно покращуючи якість життя своїх робітників та їх сімей, як і суспільства в цілому, де корпоративна етика, корпоративна політика у сфері охорони навколишнього середовища, підходи до корпоративного управління, питання прав людини у професійному аспекті, політика щодо персоналу організації складають єдине ціле [5, с. 92].

Корпоративна етика – це система моральних принципів, норм нравственного поведінки, які чинять регулятивний вплив на внутрішньоорганізаційні відносини і відносини організації зі стейкхолдерами та групами осіб, з якими взаємодіє організація.

Протягом багатьох років питаннями корпоративної етики займається Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), яка розробила ряд документів у цій сфері. В першу чергу слід відзначити Керівництво для багатонаціональних компаній (2000) як базовий інструмент, що охоплює всі аспекти бізнес-етики. Керівництво включає загальні принципи і детальні рекомендації для компаній. На сьогодні зазначене Керівництво прийняли уряди сорока однієї країни. Близько 40% транснаціональних корпорацій використовують Керівництво як основу для розробки власних етичних кодексів.

Основоположними документами корпоративної етики також є Глобальний договір ООН, Хартія Кейданрен про гідну корпоративному поведінку, документи Глобальної ініціативи зі складання звітності (GRI). У 1999 році під егідою правозахисної організації «Міжнародна соціальна відповідальність» (Social Accountability International - SAI) розроблений Стандарт SA 8000 - для системи соціального та етичного менеджменту.

У січні 2009 року в Парижі на черговому Європейському форумі з бізнес-етики (Business Ethics Forum), ініціатором якого є Організація економічного співробітництва і розвитку, було відзначено, що глобальна економічна криза стала результатом комбінації декількох помилок, однією з яких є порушення правил корпоративної етики. Тому 2009 рік став роком перегляду стандартів і правил, закладений фундамент нового ведення бізнесу, більш етичного і відповідального [4, с. 101].

В управлінській практиці вироблений ряд спеціальних заходів і методів, спрямованих на формування і підвищення етичного рівня бізнес-організації:

1) корпоративні кодекси, що представляють собою звід принципів і правил ділової поведінки, є центральним елементом корпоративної етики. Сьогодні їх мають майже всі великі корпорації і близько половини дрібних фірм [6, с. 106].

Основні норми корпоративної поведінки стали формулюватися на початку 1990-х рр. в «кодексах корпоративного поведінки», прийнятих в країнах з найбільш розвиненими ринками капіталу: Англії, США і Канаді. Ці кодекси регулювали практику корпоративної поведінки, зокрема, питання забезпечення інтересів акціонерів, підзвітності директорів і керівництва компанії. З тих пір в багатьох країнах видані кодекси корпоративної поведінки з відповідними методичними рекомендаціями.

Кодекс корпоративної етики може виконувати три основні функції: репутаційну, управлінську та функцію розвитку корпоративної культури. Репутаційна функція кодексу полягає в формуванні довіри до компанії з боку зовнішніх зацікавлених осіб. Управлінська функція кодексу полягає в регламентації поведінки в складних етичних ситуаціях. Корпоративна етика є складовою частиною корпоративної культури, кодекс може

транслявати цінності компанії всім співробітникам, орієнтувати їх на єдині корпоративні цілі і тим самим підвищувати корпоративну ідентичність [4, с. 101].

Впровадження етичних норм прийняттям документа не обмежується. Неможливо просто змусити виконувати етичний кодекс. Тому для того, щоб він працював, ще на етапі його створення необхідно продумати процедури, які дозволили б включитися в процес розробки документа всім співробітникам компанії. Тільки за умови прийняття кожним співробітником кодексу корпоративної етики він буде реально виконуватися.

2) «карти етики» - набір етичних правил і рекомендацій, які конкретизують етичний кодекс корпорації для кожного співробітника компанії. Вони містять також ім'я та телефон консультанта компанії з етичних питань. На відміну від строгого кодексу, карта етики не містить жорстких правил та інструкцій. Метод активно застосовується в японських компаніях [6, с. 106].

3) комітети (або окремі фахівці) з етики покликані виробляти етичну політику організації, а також вирішувати конкретні етичні проблеми, що виникають під час повсякденної практики [6, с. 106].

Одним з таких фахівців є омбудсмен.

Омбудсмен - шведське слово, що означає «представник», а по суті - уповноважений з прав людини. Це термін, що стосується способів позасудового вирішення конфліктів. Перші сучасні класичні омбудсмени з'явилися в Швеції на початку XIX століття. Це були незалежні фахівці, які були покликані на умовах суворой конфіденційності сприяти вирішенню конфліктів у державній або приватній організації [4, с. 111].

Концепція корпоративних омбудсменів з'явилася в США і почала активно розвиватися в 80х роках XX століття. Зараз в США понад п'ятсот компаній мають омбудс-офіси. Універсального визначення функціоналу корпоративного омбудсмена не існує, компанії самостійно визначають місце і роль омбудсмена в організації. Корпоративним омбудсменом можна назвати нейтрального і незалежного менеджера вищої ланки, який перебуває поза формальної структури підпорядкування в компанії і надає на умовах конфіденційності допомогу керівникам і іншим співробітникам компанії у вирішенні конфліктних ситуацій будь-якого рівня. Він також виступає в ролі медіатора як при вирішенні спорів всередині компанії, так і суперечок компанії з третіми особами.

Омбудсмени мають свій професійний кодекс етики. Кодекс етики міжнародної асоціації омбудсменів відзначає чотири етичних принципи:

- незалежність. Омбудсмен незалежний в структурі, функціях і в найвищому прояві всередині організації.

- нейтральність і неупередженість. Омбудсмен зберігає неупередженість і не залучений в ситуації, які можуть створити конфлікт інтересів.

- конфіденційність. Омбудсмен тримає всі комунікації в жорсткій конфіденційності і не розкриває, якщо на те не буде дано дозвіл. Є тільки один виняток з цього правила, коли неминучий ризик серйозної шкоди.

- неформальність. Омбудсмен не приймає участі в яких би то не було формальних судових або адміністративних процедурах, пов'язаних зі скаргами, доведеними до його відома.

4) навчання співробітників і керівників етичній поведінці проводиться, як правило, на базі семінарів і короткострокових курсів. За кордоном етична проблематика активно інтегрується в систему вищої освіти. Так, зокрема, великий бізнесмен і колишній посол США в Нідерландах Дж. Шед виділив 20 млн. доларів Гарвардському університету на створення програми з етики бізнесу. Її мету він бачив в тому, щоб випускники, які прослухали курс, володіли такими моральними переконаннями, які звертали б їх професійні знання на благо суспільства, а не на шкоду йому. Для цього, вважав Шед, треба: по-перше, відсіювати кандидатів з перекрученими моральними настановами вже на стадії прийому до університету; по-друге, зробити етичну проблематику невід'ємною частиною кожної дисципліни, не обмежуючись одним курсом з етики;

5) етична експертиза, яка представляє собою всебічний аналіз конкретного аспекту діяльності організації (або конкретного проекту), яка викликає стурбованість вищого керівництва, персоналу або громадськості і може вплинути на імідж і перспективи організації. Результатом такої експертизи стає система пропозицій, спрямованих на поліпшення морального клімату в організації, її іміджу в очах громадськості, внесення корективів у діяльність організації. [6, с. 107].

6) етичне консультування проводиться тоді, коли проблеми організації не можуть бути вирішені силами самої організації (або в ній відсутні відповідні структури) через складність і суперечливість ситуації, пов'язаної з конкретними моральними дилемами, для чого запрошуюються компетентні незалежні фахівці з етики бізнесу з боку [6, с. 107].

7) повідомлення про порушення законодавства та етичних стандартів (whistleblowing). В Україні немає усталеного терміна, що відноситься до повідомлень про порушення законодавства та етичних норм, такого як whistleblowing (дослівно - «свистіти в свисток»). Хтось називає це донесенням, хтось - сигналізуванням. На Заході це явище поширене і користується підтримкою держави.

У США, наприклад, існує спеціальне законодавство, зокрема, Whistleblower Protection Act - Закон про захист інформаторів, який забороняє звільнення, дискримінацію та інше переслідування відносно працівника, який повідомив про порушення закону своєму роботодавцю або представникові влади. Працівники також мають право не виконувати вказівки свого роботодавця, якщо вони вважають, що вказівки суперечать закону. У свою чергу роботодавці захищені від зловживань працівниками своїм правом на повідомлення.

З 2002 року в США діє Закон Сарбейнса-Окслі, який заохочує повідомлення і вважає це ефективним

внутрішнім механізмом профілактики, контролю та виявлення порушень в публічних компаніях. Закон забезпечує захист співробітників, ділових партнерів, членів рад директорів і топ-менеджерів компаній, які повідомили про порушення закону. Інформаторам компенсуються витрати на адвоката в разі необхідності захисту їх прав. Але якщо повідомлення неправдиве, ці витрати вони повинні відшкодувати. Активну роль в застосуванні Закону процедури whistleblowing також застосовуються в компаніях за кордоном як внутрішній засіб контролю за дотриманням правових та етичних стандартів. Мотивація співробітників повідомляти про факти порушення залежить від багатьох факторів. В першу чергу, це довіра до керівництва і впевненість в їх прихильності корпоративним цінностям. Важливо і те, що буде дотримано конфіденційність, і співробітників не будуть переслідувати за повідомлення. У будь-якому випадку, ця практика заснована на впевненості в тому, що повідомлення допоможуть поліпшити діяльність компанії. [4, с. 112].

8) функція комплаєнс.

Комплаєнс (англ. Compliance – згода, відповідність; походить від дієслова to comply - виконувати) – буквально означає дію відповідно до запиту або вказівки; покіра (англ. compliance is an action in accordance with a request or command, obedience) [7].

Першою ініціативою для впровадження системи комплаєнс був документ під назвою «Федеральне керівництво по винесенню вироків», розроблений в США. Це законодавчі норми, на які спираються федеральні судді США при винесенні вироку, згідно з якими, на компанію, яку звинувачують в порушенні федерального кримінального законодавства, може бути накладено значний штраф.

До комплаєнс ризиків прийнято відносити такі ситуації: порушення при фінансових маніпуляціях, внаслідок службових зловживань або корупційних дій, в результаті непрофесіоналізму і некомпетентності співробітників, в процесі рейдерських захоплень, розкрадань і інших протиправних дій ззовні; виникнення загрози бізнес-репутації, фінансової неспроможності та інші.

Тепер для керівника з'явилося уніфіковано керівництво до дії з управління подібними ризиками - стандарт ISO 19600: 2014 – Compliance management systems. В Україні про цей стандарт, поки це, знають і використовують лише компанії з іноземними інвестиціями, в зв'язку з привнесеної ними з-за кордону корпоративною культурою.

Застосування цього стандарту з правової точки зору не є обов'язковим, але може дати підприємству додаткову конкурентну перевагу. Наприклад, в деяких випадках, відповідність цьому стандарту вимагають фінансові організації при подачі заявки для отримання грантів на розвиток бізнесу, або залучення іноземного фінансування в іншій формі. Крім того, впровадження цих стандартів – це використання міжнародного досвіду запобігання, прогнозування, ідентифікації та управління ризиками. Важливо, що деякі принципи стандарту перегуковуються з основними принципами національних антикорупційних політик.

Внутрішні українські порядки ускладнюють вихід бізнесу на міжнародний ринок, де комплаєнс вкрай важливий. Наприклад, в США і Британії за недотримання вимог спеціальних законів: FCPA (Foreign Corrupt Practices Act - Закон про корупцію за кордоном) і UK Bribery Act (Закон Великобританії про хабарництво) компаніям загрожують величезні штрафи.

Вагомий практичний досвід в області комплаєнс-контролю отримала компанія «МТС». В результаті оператор російського ринку зв'язку був допущений у 2000 році на Нью-Йоркську фондову біржу. Даний факт в області комплаєнс-контролю стимулює МТС слідувати ідеології комплаєнса і вести строгий контроль за дотриманням його стандартів. Компанія надає звітність до Комісії з цінних паперів і бірж Сполучених Штатів і нормам антикорупційного законодавства цієї країни (Foreign Corrupt Practices Act 1977), а також Великобританії (UK Bribery Act 2010) [7].

На сьогодні створена Всеукраїнської мережі доброчесності та комплаєнсу (UNIC), котра на сьогодні об'єднує понад 55 компаній з 53 міста України, в яких працюють більш ніж 102 тисячі людей. В Україні «комплаєнс-чемпіонами» (і найпершими та найактивнішими учасниками ініціативної групи зі створення UNIC) є міжнародні корпорації. Саме вони першими зрозуміли важливість запуску Мережі та необхідності в обміні досвідом та практиками налаштування внутрішніх процесів та цілепокладання відповідно до вимог комплаєнсу. Вітчизняні компанії, що зацікавлені впроваджувати комплаєнс практики в своїй діяльності, приєднуються до UNIC за доступом до матеріалів он-лайн бібліотеки, де на постійній основі додаються шаблони та приклади політик, дайджести, презентації з заходів UNIC, результати досліджень, тощо [2].

Комплаєнс-програми дають загальне розуміння, яка поведінка компанії у відносинах з покупцями, продавцями та конкурентами є забороненою. Вони не можуть об'єктивно охопити всі можливі варіанти поведінки компанії в різних ситуаціях [8].

Комплаєнс починається з розробки та впровадження стандартів. Ось кілька політик, що застосовуються в більшості організацій:

- кодекс корпоративної етики;
- політика з протидії відмиванню доходів, одержаних злочинним шляхом, і фінансуванню тероризму;
- політика щодо подарунків і гостинності;
- політика повідомлень про порушення етичних стандартів;
- політика взаємодії з регулюючими органами.

Безумовно, лише наявності політик недостатньо. Необхідно сформувати організаційну структуру так, щоб на кожному її рівні були сконцентровані відповідні повноваження і відповідальність за дотримання

стандартів. Важлива незалежність функції комплаєнс. Комплаєнс-контролери не повинні бути вбудовані в основні бізнес-процеси компанії, але в той же час у них повинен бути доступ до всієї необхідної інформації.

Налагоджений комплаєнс-контроль – це не тільки зниження репутаційних і юридичних ризиків, а й необхідна умова успішної роботи на міжнародних ринках, де в числі вимог при встановленні партнерських відносин все частіше зустрічається наявність політики і організації процесу комплаєнс [4, с. 112].

Перевірка контрагентів обов'язкова і в українських реаліях, поряд з політикою внутрішньої безпеки. Тому компанії все частіше приходять до необхідності побудови превентивної комплаєнс-функції і комплаєнса на рівні безпосереднього реагування. Ключова фігура – це compliance officer, який відповідає за розробку, управління, комунікації і контроль. Тому найчастіше ці функції покладаються на керівника юридичного департаменту.

Аналізуючи потенційні сфери комплаєнс-ризиків на всіх рівнях, бізнес може виділити потенційно ризикові зони в сферах боротьби з корупцією (включаючи конфлікт інтересів, хабарі і незаконні бізнес-угоди), конкуренції (лідерство, дотримання антимонопольного законодавства) і запобігання шахрайству (відмивання грошей, безпека даних, крадіжки, податки), а також потенційні ризики в сфері охорони навколишнього середовища і здоров'я, дотримання законів і суспільних норм поведінки тощо.

**Висновки.** Вести бізнес – означає мати справу з етичними аспектами. Сучасна корпоративна етика допомагає компанії бути ефективнішою в досягненні своїх результатів, а працівникам – впевненими у рівних можливостях для самореалізації, що зрештою повинно впливати як на мотивацію, так і на продуктивність праці.

У зв'язку з цим необхідно вживати комплексні заходи з розробки механізмів, за допомогою яких можна звести до мінімуму ризик залучення компанії в процеси, які можуть обернутися для неї не тільки фінансовими втратами, але і втратою довіри з боку стейкхолдерів (суспільства, держави, інвесторів, партнерів, акціонерів, клієнтів).

Таким чином наведені методи підвищення етичного рівня бізнес-організації є дієвими інструментами у сфері попередження порушень етики бізнесу і здійснення контролю за належним виконанням політик і процедур. Насамперед, це стосується працівників, функції яких пов'язані з продажем продукції (наданням послуг), маркетингом, контактами з партнерами, споживачами та конкурентами, рекламою.

#### Список літератури.

1. Шакоцько Є. Етичний бізнес глобальних корпорацій [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/10/22/652792/>
2. Герасимчук Г. Прозорість та комплаєнс: данина моді чи бізнес-необхідність? [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://biz.ligazakon.net/ua/news/185237\\_prozorost-ta-komplans-danina-mod-chi-bznes-neobkhdnst](https://biz.ligazakon.net/ua/news/185237_prozorost-ta-komplans-danina-mod-chi-bznes-neobkhdnst)
3. Алоні Г. Етика бізнесу: соціально-філософський аспект / Г. Алоні // автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03 / Інститут вищої освіти АПН України. – К., 2008. – 19 с.
4. Этика бизнеса: Учебное пособие для вузов и бизнес-школ. / Под общ. ред. П.А. Кальницкой. – М., 2012. – 132 с.
5. Рихліцька О.Д. До питання корпоративної етики в сучасній організації / О.Д. Рихліцька // Гуманітарний часопис. – 2011, № 1. – С. 89-97
6. Петрунин О.Ю. Этика бизнеса: Учебное пособие / О.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. - М.: Дело, 2000. – 280 с.
7. Кривошей М. Комплаєнс. Просто модний тренд или ценность? – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://blog.liga.net/user/mkrivoshey/article/24632>
8. Відсота Д. Антимонопольний комплаєнс для компанії: про що варто пам'ятати // Юридична газета [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/antimonopolne-konkurentne-pravo/antimonopolniy-komplaens-dlya-kompaniyi-pro-shcho-var-to-pamyatati.html>

#### References.

1. Shakot'ko, Ye. (2019), "Ethical business of global corporations", available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/10/22/652792/> (Accessed 30 Nov 2019).
2. Herasymchuk, H. (2019), "Transparency and compliance: a tribute to fashion or business necessity?", available at: [https://biz.ligazakon.net/ua/news/185237\\_prozorost-ta-komplans-danina-mod-chi-bznes-neobkhdnst](https://biz.ligazakon.net/ua/news/185237_prozorost-ta-komplans-danina-mod-chi-bznes-neobkhdnst) (Accessed 30 Nov 2019).
3. Aloni, H. (2008), "Business Ethics: The Social and Philosophical Aspect", Abstract of Ph.D. dissertation, Philosophical Sciences, Instytut vyschoi osvity APN Ukrainy, Kyiv, Ukraine.
4. Kal'nickaya, P.A. (2012), *Jetika biznesa* [Ethics of the business], Moscow, Russia.
5. Rykhlyts'ka, O.D. (2011), "On the issue of corporate ethics in modern organization", *Humanitarnyj chasopys*, vol. 1, pp. 89-97.
6. Petrunin, O.Ju. (2000), *Jetika biznesa* [Ethics of the business], Moscow, Russia.
7. Krivoshej, M. (2016), "Compliance Just a fashion trend or value?", available at: <http://blog.liga.net/user/mkrivoshey/article/24632> (Accessed 30 Nov 2019).
8. Vidsota, D. (2018), "Antitrust compliance for the company: Things to keep in mind", *Yurydychna hazeta*, available at: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/antimonopolne-konkurentne-pravo/antimonopolniy-komplaens-dlya-kompaniyi-pro-shcho-var-to-pamyatati.html> (Accessed 30 Nov 2019).