

**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**  
**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ**  
**ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**Методичні рекомендації для підготовки студента**  
**до практичних занять**

з дисципліни «Етика бізнесу»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»  
Спеціальність 073 «Менеджмент»

Укладач(і): к.е.н., доцент Гращенко І.С.

Розглянуто та схвалено  
на засіданні кафедри менеджменту  
зовнішньоекономічної  
діяльності підприємств  
Протокол № \_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р.  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Ільєнко О.В.

**Київ - 2018**

## ВСТУП

**Метою вивчення курсу** є формування системи знань з порівняльного історико-психологічного аналізу розвитку етики на основі вивчення моральних стандартів досвіду різних країн; формування уміння орієнтуватись у сфері економічних відносин з метою використання практичних принципів для вирішення сучасних проблем.

Також метою викладання даного курсу є формування у студентів розуміння системи цінностей, поглядів, норм поведінки ділових людей, засвоєння студентами основних теоретичних положень та вироблення необхідних практичних навичок, що дозволяють підвищити її ефективність в управлінській діяльності.

**Завдання викладання:** засвоєння студентами теоретичних засад та практичних вмінь етичної ділової поведінки, оволодіння прийомами та нормами розв'язання практичних ситуацій.

**Предметом дисципліни** є сукупність практичних форм взаємовідносин людей у професійній сфері; їх ціннісний зміст і значимість; процеси чуттєвого пізнання дійсності; комерційний етикет в організаційній поведінці, економіці, фінансах, обліку, маркетингу.

**Місце дисципліни в навчальному процесі:** дисципліна «Етика бізнесу» пов'язана з етикою та естетикою, менеджментом, соціологією і психологією, риторикою, економікою, освітою та ін.

Вивчаючи проблеми курсу «Етика бізнесу», студенти повинні **знати:**

- сутність етики, культури, норм поведінки;
- організацію взаємодії ділових партнерів;
- сучасних методів оцінки ділових партнерів;
- форм ділового спілкування;
- невербальних і вербальних засобів спілкування;
- колективного обговорення ділових проблем.

Освоєння курсу «Етика бізнесу» передбачає оволодіння студентами навичок і **вмінь:**

- застосування правил поведінки ділової людини;
- сприйняття інформації в різних формах та різними способами;
- ефективного використання невербальних засобів;
- організовувати і проводити співбесіду.

Під час вивчення курсу «Етика бізнесу» передбачається розгляд етичних дилем, конкретних ситуацій і проведення їх аналізу; застосування рольових ігор та тестів, тощо.

## МОДУЛЬ №1 «ФІЛОСОФІЯ, ПСИХОЛОГІЯ ТА ЕТИКА ПІДПРИЄМНИЦТВА».

У результаті засвоєння матеріалу першого навчального модуля «Філософія, психологія та етика підприємництва» студенти повинні:

- Знати сутність етики, культури, норм поведінки, сучасні методи оцінки ділових партнерів;
- Уміти організацію взаємодії ділових партнерів; застосовувати правила поведінки ділової людини, сприйняття інформації в різних формах та різними способами;
- Використовувати весь арсенал теоретичних та практичних знань для ідентифікації можливостей та загроз міжнародних бізнес переговорів.

### Практичне заняття 1.1

#### Предмет етики бізнесу, її значення та основні поняття.

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання основних понять курсу «Етика бізнесу», ознайомитись з сучасними поглядами на етику в бізнесі та зрозуміти її місце в міжнародному бізнесі.

**Теоретична частина:** Етика бізнесу – наукова дисципліна, що вивчає застосування етичних принципів у ділових ситуаціях, аналізує моральні відносини в бізнесі в контексті загальної етичної теорії, психології, економіки, стратегічного планування, фінансів, обліку, маркетингу тощо. Також представляє собою інструмент аналізу і вирішення проблем, які виникають перед людиною, що займається бізнесом. *Етапи становлення етики бізнесу як наукової проблеми.*

1. *Кінець 50-х – початок 70-х років ХХ ст.* Поштовхом до осмислення моральних чинників економічної діяльності в сфері бізнесу слугували численні факти зловживань в роботі відомих виробничих компаній в ряді європейських країн. Як реакція на проблему – вихід праць: „Боротьба за етику в Паблік Рілейшнз” (1959 – Д. Фінн), „Ситуації в етиці бізнесу” (1968 – Г. Томас, Р.Баумхарт, Т. Пурял, П. Роетс); „Нова роль менеджмента” (1969 – П. Дракер); „Моральні проблеми в бізнесі” (1979 – Б. Вінянт).

2. *80-ті – початок 90-х років ХХ ст.* Саме в цей період *формується і запроваджується в практику етика бізнесу не тільки як наукова, але й як навчально-освітня дисципліна.* В США, наприклад, цей предмет до своїх навчальних програм включила більшість шкіл бізнесу. З’явилися узагальнюючі документи, які мали для бізнес-політики стратегічне суспільне значення. Серед них, зокрема, „Сім принципів ведення бізнесу” (1994 – Саїх, Швейцарія), „Глобальні принципи Саллівана” (1999), які містять основні узагальнення щодо правил і норм ділової етики, впливу транснаціональних корпорацій на довкілля та соціальне життя тощо. Праці – „Етика в освіті менеджерів бізнесу” (1980 – С. Пауерс, Д. Вогел); „Нова атака на легітимність бізнесу” (1981 – П.Бергер); „Етичний бізнес” (1981 – П. Дракер); „Менеджери бізнесу і моральні заповідники” (1982 – Р. Конрад) та інші.

3. *90-ті –2000-ні роки* – період еволюції і розповсюдження етики бізнесу, пов’язаний із створенням і розвитком Всесвітньої комп’ютерної мережі (Інтернет), утворенням єдиного інформаційного простору. В численних публікаціях цього періоду 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”, яка витримала п’ять видань (1999-2003). Змістовністю і практичністю позначається також монографія Д. Дж. Фрітцше „Етика бізнесу. Глобальна і управлінська перспектива” (2002).

**В українській** соціально-філософській та етичній літературі **інтерес до дослідження моральних аспектів бізнес-діяльності виник нещодавно**. Сучасна соціальна філософія розглядає **мораль (від лат. – правильний, повчальний) як один з найважливіших суспільних інститутів і основних способів нормативної регуляції діяльності та поведінки людей. Відомі вчені про моральні виклики сучасного світу:**

**Стівен Хокінг** (англ. вчений) переконує у необхідності поліпшення розумових і фізичних властивостей людства, якщо воно хоче впоратись з наростаючою складністю світу. Людству необхідно вдосконалювати себе, щоб біологічні системи випереджали електронні.

**Андрій Сахаров** (1921-1989) рос. фізик, філософ писав, що надзавданням людських інститутів є збереження в людстві всього людського. Запобігти деградації людства можна лише завдяки його моральному вдосконаленню, подоланню егоїзму, егоцентризму, споживацького ставлення до природи, оскільки їх не підконтрольність може спричинити екологічну катастрофу планетарного масштабу.

**Дайсаку Ікеда** (сучасний японський філософ): двадцяте століття уже попередило людство про те, що воно не виживе, якщо моральні й етичні категорії гуманізму не ввійдуть у повсякдення, якщо у відносинах між народами і людьми не діятимуть моральні норми співжиття.

**Арнольд Тойнбі** (1889-1975) англ. вчений: людина є творцем і руйнівником, продовжувачем роду людського і його нищителем, будівничим культури і носієм дикості, варварства. Все залежить від цілей її діяльності – добрих чи злих.

Хоча більшість покладається на торжество розуму, проте, як свідчить історія, розум, знання самі по собі не є ні добром, ні злом. Усе залежить від того, якій меті підпорядковано розум, служать знання. Лише завдяки моральним чеснотам розум олюднюється і стає джерелом добра.

#### **Завдання:**

- З’ясувати значення основних понять Етики;
- Закріпити знання понять «Мораль», «Совість», «Гідність», «Слово бізнесмена», «Відповідальність»;
- Вивчити основні етапи розвитку етики в бізнесі;

#### **Література:**

1. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
2. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
3. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.
4. Етика ділового спілкування: Курс лекцій /Т.К. Чмут та ін. – К.: МАУП, 1999. – 208 с.
5. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2005. – 448с.
6. Чмут Т., Чайка Г. Етика ділового спілкування: навч. посібник. – К.: Вікар, 2003. – 224с.

### **Контрольні запитання та завдання:**

1. Етика бізнесу як галузь економічного і філософського знання.
2. Взаємозв'язки етики з іншими науками.
3. Методологічні принципи етики.
4. Джерела і способи добування етикою бізнесу емпіричного матеріалу.
5. Мова етики бізнесу і її співвідношення з мовою моралі.
6. Сутність основних категорій етики бізнесу. Добро і зло. Справедливість. Совість (сумління). Гідність і честь. Ідеал (моральний). Смысл (сене) життя. Щастя. Піклування. Слово бізнесмена. Відповідальність.

### **Проаналізуйте ситуацію, дайте відповідь для вирішення конкретної ситуації, обґрунтуйте свою відповідь.**

#### **Завдання 1**

У самий напружений період у колективі фірми допущений непорядний вчинок, зроблена серйозна помилка. Світу невідомий винуватець. Однак виявити його і покарати необхідно. Що застосувати в даній ситуації?

- А. Зупинити з'ясування фактів до закінчення роботи.
- Б. Подозрюваних викликати до себе, запропонувати назвати винних.
- В. Запропонувати обговорити цю подію адміністрації.
- Г. Провести з цього приводу збору колективу.

## **Практичне заняття 1.2.**

### **Основні концепції етики бізнесу**

**Мета заняття:** ознайомитись з основними підходами до моральних проблем бізнесу, закріпити та перевірити знання основних концепцій етики бізнесу, ознайомитись теорією утилітаризму, зрозуміти концепцію етики справедливості.

**Теоретична частина:** В етиці бізнесу були сформовані 4 основні підходи до моральних проблем бізнесу, що спираються на чотири основних етичних напрями:

- релігійна етика;
- етика утилітаризму;
- етика обов'язку (деонтична етика);
- етика справедливості.

#### **Моральні програми провідних релігій світу**

**Конфуціанство.** Конфуціанство, засноване Кун-Фу-цзі (551—479 рр. до н. е.) (латинізована версія імені — Конфуцій) і поширене його учнями, було китайською державною програмою. Її можна охарактеризувати як нормативну програму достойного життя окремої людини та узгодженого життя всіх у суспільстві.

**Будизм.** Буддизм, заснований Сіддхарпіхой Гаутамой (близько 583—483 рр. до н. е.), який після пустельництва отримав ім'я Будда («Просвітлений»), є етичною спадщиною культури Давньої Індії.

**Християнство.** Етика вчить, що таке добро і що таке зло. Це наука про мораль. Етика вказує шляхи подолання зла і шляхи досягнення добра. У різні історичні моменти людство по-різному пробувало розв'язати цю проблему: для одних добром було дотримання Божого закону; для других - класової справедливості; для третіх визначальним був здоровий розрахунок; ще для інших найвищим добром вважалось добро якоїсь нації і т.д.

**Іслам.** Іслам одна з трьох (нарівні з буддизмом і християнством) так званих світових релігій, що має своїх прихильників практично на всіх континентах і в більшості країн світу. Мусульмани складають переважну більшість населення багатьох країн Азії і

Африки. Іслам є ідеологічною системою, що впливає значний чином і на міжнародну політику.

**Етика утилітаризму** - одна з найвпливовіших теорій в етиці бізнесу. Засновником теорії традиційного утилітаризму вважають Ієремію Бентама (1748-1832) - англійського мораліста та правознавця. В своїх працях Бентам розробляв методику пошуку об'єктивних критеріїв зміни цінностей, яка мала забезпечити можливість простого та задовільного стосовно економічної точки зору виявлення адекватності соціальної політики та суспільного законодавства. На його думку, найбільш ефективними критеріями могли слугувати ступінь відповідності виду дії та існуючих законів та степені корисності та шкідливості діяльності (за оцінюванням її наслідків). **Утилітарна етика**- етика, що визначає моральність вчинку, виходячи із його наступних наслідків. При цьому будь-яка дія вважається корисною та правомірною тільки в разі, якщо ступінь ефективності його корисних наслідків переважає ступінь ефективності будь-яких можливих дій.

**Деонтична етика** (етика обов'язку) – напрям етики, в якій пріоритетними є внутрішні мотиви, а не наслідки дії. Дія оцінюється як морально виправдана, якщо причина, яка спричинила цю дію така, що її виконавець бажав би, щоб всі в тій самій ситуації вчинили би так само й стосовно нього.

Сфера застосування **етики справедливості** значно вужча у порівнянні із етикою утилітаризму та етикою обов'язку. Вона безперервно пов'язана із поняттям справедливості, яка основана на моральних правах індивіда. В етиці бізнесу справедливість є одним із понять моральної свідомості. Справедливість характеризує певне відношення до людини та міру дотримання її прав. Моральним обов'язком в етиці справедливості є підконтрольність закону, який має бути однаковим для всіх.

#### **Завдання:**

- Закріпити знання про основні концепції етики в бізнесі, а саме: релігійна етика; етика утилітаризму; етика обов'язку (деонтична етика); етика справедливості;
- Вивчити основні історичні напрями розвитку етики в бізнесі;

#### **Література:**

1. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник / Й. М. Гах. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений./Р.Н.Ботавина — М.: Финансы и статистика, 2001. —184 с.
3. Єлізарова І. А. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник /І.А.Єлізарова-К.: Кондор, 2007 - 160с.
4. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
5. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
6. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.

#### **Контрольні запитання та завдання:**

1. В чому полягає сутність релігійної етики.
2. Пояснити теорію утилітаризму.
3. Пояснити сутність деонтичної етики.
4. В чому полягає етика справедливості.

**Проаналізуйте ситуацію, дайте відповідь для вирішення конкретної ситуації, обґрунтуйте свою відповідь.**

Завдання 1

Між Вашими підлеглими виник конфлікт. Ваша позиція:

А. Моя справа - не допустити, щоб вони конфліктували на роботі, а вирішувати конфлікт - це їхня особиста справа.

Б. Найкраще розібрати цей випадок у колективі.

В. Знайти спосіб їх помирити.

Г. Подіяти на них через авторитетну особу.

### **Практичне заняття 1.3.**

#### **Етика бізнесу новітнього часу.**

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання основних концепцій етики бізнесу новітнього часу, розглянути та проаналізувати концепцію філософії життя, етику екзистенціалізму, етику прагматизму, етику неопозитивізму, етику психоаналізу.

**Теоретична частина: Філософія життя** — філософський напрям, який склався в другій половині 19 ст. у Німеччині та Франції, визначними представниками якого вважаються Фрідріх Ніцше (1844-1900), Вільгельм Дільтей (1833-1911), Георг Зіммель (1858-1918), Анрі Бергсон (1859-1941) та інші. Витоки філософії життя знаходять у багатьох досократиків, особливо у Емпедокла (V ст. до н. е.) та стоїків (III до н. е. – I ст. н. е.). Не менш значні праці німецьких натурфілософів, зокрема Парацельса (1493-1541), Ван-Гельмонта Старшого (XVI ст.), німецьких ідеалістів (особливо Шеллінг), представників романтизму та біологізму.

**Прагматизм** (лат. *pragma* — справа, дія) — філософська течія, яка, ігноруючи об'єктивну основу понять, ідей, теорій, норм, оцінює їх, беручи до уваги лише їх практичну ефективність. **Прагматизм** — доктрина або світогляд, що ставить усе знання і правду у пряме відношення до життя та дії; прагматизм судить про значення ідей, суджень, гіпотез, теорій і систем відповідно до їхньої здатності задовольнити людські потреби та інтереси у соціальний спосіб. **Прагматик** — послідовник, прихильник прагматизму як філософської системи. В побутовому сенсі, це людина, яка все робить тільки з точки зору доцільності, вигоди та якій не притаманні бездумні витівки.

**Екзистенціалізм** — (фр. *existentialisme* від лат. *existentia* — існування).

Філософія існування — напрям у філософії XX ст., що позиціонує і досліджує людину, як унікальну духовну істоту, що здатна до вибору власної долі. Основним проявом екзистенції є свобода, яка визначається як відповідальність за результат свого вибору. Основним положенням екзистенціалізму є постулат: екзистенція (існування) переує есенції (сутності). У художніх творах екзистенціалісти прагнуть збагнути справжні причини трагічної невлаштованості людського життя.

**Неопозитивізм** — сучасний філософський напрям, у центрі уваги якого перебувають породжені розвитком сучасної науки актуальні філософсько-методологічні проблеми: роль знаково-символічних засобів наукового мислення; відношення теоретичного апарату й емпіричного базису науки; природа і функції математизації і формалізації знання тощо.

**Психоаналіз** (грец. *psyche* — душа і *analysis* — розкладання) — один із методів психотерапії та психологічне вчення, в основі якого лежить визнання домінуючої ролі підсвідомого в житті людини.

**"Метаетика"** закріпився в етичній теорії з 30-х років XX ст. Низка проблем, що досліджуються автором, — традиційне, усталене ще з часів Платона та Арістотеля. Це поняття добра і зла, блага; спроба визначити критерій правильних і неправильних вчинків тощо. Суть і цінність метаетики визначається не комплексом поставлених у ній проблем (вони — традиційні), методологією етичних досліджень, запропонованою Муром.

### **Завдання:**

- Закріпити розуміння концепції філософії життя, зрозуміти сутність етики екзистенціалізму, етики прагматизму, етики неопозитивізму, етики психоаналізу ; рівнів валютних систем;
- Проаналізувати відмінні риси концепцій етики бізнесу, дати своє бачення.

### **Література:**

1. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
2. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
3. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.
4. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник / Й. М. Гах. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
5. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений./Р.Н.Ботавина — М.: Финансы и статистика, 2001. —184 с.
6. Єлізарова І. А. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник /І.А.Єлізарова-К.: Кондор, 2007 - 160с.

### **Контрольні запитання та завдання:**

1. Пояснити концепцію філософії життя.
2. В чому полягає сутність етики екзистенціалізму.
3. В чому полягає сутність етики прагматизму.
4. Пояснити сутність етики неопозитивізму.
5. В чому полягає сутність етики психоаналізу.

**Проаналізуйте ситуацію, дайте відповідь для вирішення конкретної ситуації, обґрунтуйте свою відповідь.**

Завдання 1

Ви повинні обрати заступника:

- А. Перший швидко погоджується з Вашим думкою, беззастережно виконує будь-яке завдання.
- Б. Другий не боїться зіпсувати "особисті відношення" в ім'я цілі.
- В. Третій схильний до суперечок, буває замкнутий, але досвідчений фахівець, вмілий організатор, творча людина.
- Г. Четвертий все вирішує самостійно, уникає особистих контактів із начальником, не любить, коли йому заважають.

## **Практичне заняття 1.4**

### **Поєднання етики і теорії бізнесу.**

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання основних понять курсу «Етика бізнесу», ознайомитись з сучасними поглядами на етику в бізнесі та зрозуміти її місце в міжнародному бізнесі.

**Теоретична частина: Управлінська етика** — це сукупність правил і форм ділового спілкування з людьми, що дозволяє висловити їм повагу, що сприяє встановленню між керівником і підлеглими атмосфери взаєморозуміння, доброго ставлення один до одного.



**Етика бізнесу** — складова етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької, комерційної діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації.

**Бізнес** — це професійна економічна діяльність, побудована на ініціативи та постійних інноваціях, спрямована на збільшення капіталу, отримання прибутку, яка використовується на розширене відтворення і якісне вдосконалення підприємства, своєї справи, задоволення власних та громадських потреб. Мета бізнесу в Україні сьогодні — це не тільки отримання прибутку і зростання господарських оборотів, але і здатність вижити в умовах перманентної кризи.

**Психологія бізнесу** — це сфера науки, що займається психологічними проблемами і специфічними особливостями управління. Об'єктами вивчення тут виступають взаємини людей між собою, в колективі. Основні психологічні проблеми:

- структурно-функціональний аналіз управлінської діяльності;
- психологічний аналіз побудови та використання автоматизованих робочих місць керівників і фахівців, автоматизованих систем управління;
- соціально-психологічний аналіз виробничих і управлінських колективів, взаємодії та взаємин у них людей, факторів формування сприятливого морально-психологічного клімату;
- дослідження психології керівництва і лідерства, особистості і діяльності керівника, відносин між керівником і підлеглими, психологічних аспектів підбору і розстановки керівних кадрів, питань підготовки кадрів керівників, психологічних аспектів управління персоналом, факторів, що впливають на процеси прийняття і реалізації управлінських рішень.

Термін «**економіка**» функціонує у двох значеннях:

1) господарство, сукупність засобів, об'єктів, процесів, які люди використовують для задоволення своїх потреб шляхом створення необхідних благ, умов і засобів існування за допомогою праці;

2) наука про господарство та засоби його ведення, про відносини між людьми в процесі виробництва і споживання, обміну товарами і послугами. Походить він від грецького слова «*ойкономія*» (оселя, закон), що позначало правила ведення домашнього господарства, зокрема вміння глави сім'ї управляти дружиною, дітьми, рабами, власністю.

**Економікс** — аналітичне вчення з проблем ефективного використання обмежених виробничих ресурсів (праця, капітал, земля, гроші, підприємницькі здібності, знання), управління ними з метою виробництва товарів і послуг, досягнення максимального задоволення зростаючих матеріальних потреб людей.

**Бізнес** (англ. business — справа, діло) — підприємницька, комерційна чи будь-яка інша діяльність, що не може суперечити закону і спрямована на отримання прибутку.

**Підприємництво** — це самостійна, ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею з метою одержання прибутку. **Підприємці** — це люди, які займаються підприємництвом.

**Підприємництво як економічна категорія** — є особливий тип господарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі і власній відповідальності, організує і керує виробництвом з метою одержання підприємницького доходу

**Завдання:**

- З'ясувати значення управлінської етики;
- Проаналізувати стан сучасної етики бізнесу в Україні;
- З'ясувати зміст та еволюцію поняття «економіка» і «бізнес»;

**Література:**

1. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. –

2006. – 350 с.

2. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.

3. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.

4. Єлізарова І. А. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник /І.А.Єлізарова-К.: Кондор, 2007 - 160с.

5. Котлер Філіп, Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність./Філіп Котлер, Лі Ненсі — К.: Агенція «Стандарт»,2005. – 560с.

6. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин. Навчальний посібник /Ю.І.Палеха - К.: Кондор, 2009 - 356с.

#### **Контрольні запитання та завдання:**

1. Глобалізація і зростання зацікавлення світу в американській етиці підприємництва.
2. Протестантська (пуританська) етика.
3. Теорії моделей підприємства і бізнесу.
4. Взаємні стосунки підприємства та органів влади.
5. Історія економічної етики.
6. Моральні виміри діяльності бізнесменів.
7. Принцип недоторканості приватної власності.
8. Економічна свобода як основна передумова розвитку підприємництва.
9. Форми економічної свободи.

**Проаналізуйте ситуацію, дайте відповідь для вирішення конкретної ситуації, обґрунтуйте свою відповідь.**

Завдання 1

Один із співробітників занедужав. Кожний із членів фірми зайнятий терміновою роботою. Робота відсутнього повинна бути виконана:

- А. Доручу її одному з підлеглих.
- Б. Запропоную питання на колективне обговорення.
- В. Запропоную розділити роботу порівно.
- Г. Зроблю сам.

### **Практичне заняття 1.5** **Теорії моделей підприємництва.**

**Мета заняття:** закріпити уявлення про моделі сучасної ринкової економіки, проаналізувати економічні моделі різних країн.

**Теоретична частина:** Кожна модель економіки розглядає такі елементи як ринок, соціальний захист і характерні тільки для даних районів особливості. Тому в чистому вигляді окремих моделей не існує. Існує 3 моделі економіки:

1. Командно-адміністративна. Ця модель існувала в колишніх соціалістичних країнах і її елементами були:

- а) негативне ставлення до власності засобів виробництва;
- б) плановий розвиток економіки;
- в) плани доводилися централізовано, до кожного підприємства (через міністерства і відомства);
- г) робітники закріплювалися по районам і професіям.

2. Ринкова економіка. Їй притаманна приватна власність підприємств і використання системи ринку для регулювання економічних процесів. Основними елементами цієї моделі є:

- а) високопродуктивна праця на підприємствах;
- б) робітники одержують зарплату в відповідності з витраченою працею;
- в) конкуренція на внутрішньому і світовому ринках.

3. Змішана економіка існує в країнах Західної Європи, їй притаманна така риса, як можливість взаємозаміна працівників у певній сфері діяльності.

Загальновідомо, що модель сучасної змішаної економіки розвинутих країн Заходу має свої характерні особливості. Американська ж модель побудована на основі всебічного заохочення підприємницької діяльності, збагачення найбільш активної частини населення. Вона базується на високому рівні продуктивності праці та орієнтуванні на досягнення успіху кожної окремої особистості.

Термін "шведська модель" виник в зв'язку з становленням Швеції як однієї з найрозвинутіших в соціально-економічному відношенні держави. Він з'явився в кінці 60-х років, коли іноземні спостерігачі почали помічати вигідне поєднання в Швеції швидкого економічного росту з широкою політикою реформ на фоні відносної соціальної безконфліктності в суспільстві. Цей образ успішної і лагідної Швеції особливо сильно контрастував тоді з зростанням соціальних і політичних конфліктів в навколишньому світі. В будь-якій економічній системі довгострокова динаміка економічного зростання зв'язана передусім з освоєнням нововведень.

Тривалий час, особливо в післявоєнні роки, науково-технічна політика Японії базувалася на зацікавленості науково-технічних досягнень із-за кордону (в формі купівлі ліцензій, створення змішаних компаній, участі в багатонаціональних дослідних проектах).

Держави Західної Європи належать до групи країн з розвинутою економікою. Основна економічна могутність регіону припадає на чотири індустріально розвинутих країни (Франція, Німеччина, Великобританія та Італія), які виробляють 70% ВВП. Великий вплив на розвиток економіки Німеччини в середині 50-х років мала економічна реформа Людвіга Ерхарда. В її основі лежала теорія необхідності побудови соціального, ринкового господарства. Ця теорія базувалась на здоровому сенсі, якого часто не вистачає багатьом прогресивним реформаторам, що дозволило при її практичному втіленні значно змінити економіку Німеччини і примусити інші країни говорити про німецьке економічне чудо.

#### **Завдання:**

- З'ясувати сутність Моделі сучасної ринкової економіки;
- Закріпити знання про ринкові моделі світу;
- Вивчити основні риси та відмінності моделей державного регулювання: кейнсіанська і неокласична;
- Розглянути інноваційні моделі підприємництва на конкретних прикладах.

#### **Література:**

1. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений./Р.Н.Ботавина — М.: Финансы и статистика, 2001. —184 с.
2. Єлізарова І. А. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник /І.А.Єлізарова-К.: Кондор, 2007 - 160с.
- 3.Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
- 4.Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
5. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.:

**Контрольні запитання та завдання:**

1. Моделі сучасної ринкової економіки.
2. Модель ринкової економіки США.
3. Модель шведської ринкової економіки.
4. Модель японської ринкової економіки.
5. Модель німецької національної економіки.
6. Класична й інноваційна моделі підприємництва.
7. Сучасні моделі державного регулювання: кейнсіанська і неокласична.
8. Неокласична модель В, М. Гальперіна (1994 р.).
9. Інституціональна концепція Коуза (1993 р.).
10. Еволюційна модель Нельсона і Вінтера (1982 р.) та Макарова (1997 р.).
11. Підприємницька модель Хозріха і Петера (1989 р.).
12. Агентська модель Дженсена і Меклінга (1976).
13. Інтеграційна теорія Клейнера (1997 р.).
14. Теорія виживання підприємств Айкса і Рітермана (1994 р.).

**Проаналізуйте ситуацію, дайте відповідь для вирішення конкретної ситуації, обґрунтуйте свою відповідь.**

Завдання 1

При розподілі премій виявилися незадоволені. Що Ви відповісте на скаргу:

- А. Премії розподіляє дирекція.
- Б. Отримаєте наступного разу.
- В. Я постараюсь врегулювати це питання.
- Г. Премія затверджена відповідно до трудових досягнень кожного.

## **МОДУЛЬ №2 «УПРАВЛІНСЬКА ЕТИКА ЯК ПСИХОЛОГІЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ»**

У результаті засвоєння матеріалу другого навчального модуля «Управлінська етика як психологія сучасного бізнесу» студенти повинні:

- Знати форм ділового спілкування; невербальних і вербальних засобів спілкування
- Уміти колективно обговорювати ділові проблеми; сприймати інформації в різних формах та різними способами; ефективно використовувати невербальні засоби; організовувати і проводити співбесіду.

### **Практичне заняття 2.1**

#### **Етичні погляди на підприємництво.**

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання понять «ділові відносини», «сучасне управління» проаналізувати фактори, що визначають етичний вибір, сучасними поглядами на етику в бізнесі та зрозуміти її місце в міжнародному бізнесі.

**Теоретична частина: Економічна етика** (ділова, ринкова) — це сукупність норм поведінки підприємця, вимоги, пропоновані культурним суспільством до його стилю роботи, характеру спілкування між учасниками бізнесу, їх соціальному вигляду.

**Економічна етика** — це адаптовані до практичних потреб бізнесмена відомості про етичні поняття, про моральні вимоги до стилю роботи й вигляду ділової людини.

**Ділова етика** — це етика ведення переговорів з партнерами, етика складання документації, використання етичних методів конкуренції й інші аспекти.

До причин розширення неетичної практики ведення справ керівники підприємств відносять:

- конкурентну боротьбу, яка відтискує на узбіччя етичні міркування;
- прагнення, що підсилюється, указувати рівень прибутковості у кварталних звітах;
- невдачі із забезпеченням винної винагороди керівників за етичну поведінку;
- загальне зниження значення етики в суспільстві, що поволі вибачає поведінку на робочім місці;
- натиск із боку організації на рядових працівників з метою знаходження ними компромісу між власними особистими цінностями й цінностями керуючих.

**Етичні нормативи** описують систему загальних цінностей і правила етики, яких, на думку організації, повинні дотримуватися її працівники. Етичні нормативи розробляються з метою опису цілей організації, створення нормальної етичної атмосфери й визначення етичних рекомендацій у процесах прийняття розв'язків.

Використовуючи норми і правила ділового етикету, можна прогнозувати поведінку колег і самі стаємо передбачувані, що допомагає ефективно організувати процес управління. особливо важливо вивчати всі складові ділового етикету в міжнародному бізнесі, так як крім єдиних норм і правил у ньому існує велика кількість національних і культурних поправок, досить значних у ділових відносинах.

**Теорія утилітаризму** враховує лише корисність ефекту в відношенні суспільства в цілому, але не ув'язує цей результат з результатом розподілу отриманих благ між окремими індивідами.

**Концепція дотримання прав людини** ґрунтується на добровільно взятих на себе обов'язках менеджера захищати права інших людей і уникати будь-яких рішень, які порушують ці права. Менеджер у такому випадку не буде примушувати інших діяти всупереч їхнім релігійним або ж етичним уявленням. Слід при цьому зазначити, що за останні роки у світі розуміння індивідуальних прав людини розширилося настільки, що фактично вони включають захист рослин, тварин, землі, води, повітря, інших елементів природи і довкілля.

**Бізнес-етика в Україні** — явище складне й суперечливе. На нього впливають різні сили, різні етичні традиції й системи цінностей, бо в українському бізнесі зайнята велика кількість людей різних національностей, різного віросповідання й різних етичних поглядів, із різним економічним базисом. Крім того, в український бізнес наприкінці 90-х років ХХ ст. прийшли громадяни закордонних держав, діяльність яких заснована на канонах західної етики. Контакти з ними формують досить своєрідне переплетення національних українських рис із загальносвітовими, що почасти все-таки полегшує включення українського бізнесу в систему світових етичних норм ділової поведінки.

#### **Завдання:**

- З'ясувати значення міжнародних валютних відносин;
- Закріпити знання про основні етичні концепції в міжнародному менеджменті;
- Вивчити основні підходи до класифікації рівнів валютних систем;
- Надати характеристику діловій етиці в українському бізнес-суспільстві.

1.

#### **Література:**

1. Андреева И. В. Этика деловых отношений / Андреева И. В. – СПб. : Вектор, 2006. – 160 с.
2. Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений : учебн. пособие / Ботавина Р. Н. – М. : “Финансы и статистика”, 2004. – 208 с.
3. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму: пер. з нім. О. Погорілого / Макс Вебер. – К. : Основи, 1994. – 261 с.
4. Гах Й. М. Етика ділового спілкування : навч. посібник / Гах Й. М. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.

5. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук, О. І. Тимошенко. – К. : ЄУ. – 2006. – 350 с.
6. Герчикова И. Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики : учебн. пособие / Герчикова И. Н. – М. : Консалтбанк, 2002. – 576 с.
7. Дерлоу Дес Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень : пер. з англ. / Дерлоу Дес. – К. : Наукова думка, 2001. – 242 с.
8. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія : підручник / Єрмоленко А. М. – К. : Лібра, 1999. – 488 с.
9. Єрмоленко А. М. Філософувати дискурсом. Практична філософія Дитріха Бюлера та берлінська етика дискурсу // Філософська думка. – 2007. – № 1. – С. 107 – 116.
10. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування : навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. / Зусін В. Я. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 224 с.
11. Йонас Ганс Принцип відповідальності. У пошуках етики для технологічної цивілізації / пер. з нім. – К. : Лібра, 2001. – 400 с.
12. Максвелл Дж. Нет такого поняття, як “деловая” етика : пер. с англ. Е. А. Самсонов / Дж. Максвелл. – Минск: ООО “Попурри”, 2004. – 192 с.
13. Малахов В. Г. Етика : курс лекцій. / Малахов В. Г. – К. : Либідь, 2000. – 304 с.
14. Палеха Ю. І. Ділова етика : навч.-методичний посібник. / Палеха Ю. І. – К. : ЄУФІМБ, 2000. – 250 с.
15. Проценко О. П. Етикет в просторі практичної філософії / Проценко О. П. – Харків : ХНУ, 2002. – 240 с.
16. Романовський О. Г. Ділова етика : навч. посібник / О. Г. Романовський, О. С. Пономарьов, О. М. Лапузіна. – Харків : НТУ “ХП”, 2006. – 364 с.
17. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту : навч. посібник / Сердюк О. Д. – К. : Професіонал, 2004. – 432 с.
18. Статінова Н. П. Етика бізнесу : навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 280 с.
19. Стоян Т. А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена : навч. посібник / Стоян Т. А. – К. : Центр навч. літератури, 2004. – 232 с.

#### **Контрольні запитання та завдання:**

1. П'ять етапів становлення етичних поглядів на виробництво і бізнес у ХХ ст.
2. Традиційний капіталістичний (меценатство і піклування, максимізація прибутку) до 1917 р.
3. Пряме державне регулювання (направлення примусових податків на фінансування соціальних програм).
4. Планова соціалістична відповідальність.
5. Пострадянський «дикий український капіталізм» (пріоритет отримання короткотермінової вигоди будь-яким шляхом; прийняття програм соціальної відповідальності для прикриття незаконних операцій або для реклами).
6. Локальне піклування (з 2000 р.).
7. Мораль як форма суспільної і особистісної свідомості.
8. Природа, сутність, особливості і структура моралі. Походження моралі.
9. Моральна вимога. Моральний вибір. Моральні чесноти і вади.
10. Функції моралі.
11. Вселюдські моральні вимоги як діалектична єдність загального, одиничного і особливого.
12. Класифікація різновидів моральних відносин.

13. Психологія підприємницького ризику.
14. Етика бізнесу і етичні норми православного християнства.
15. Етичний аспект взаємодії людини з довкіллям.

## Практичне заняття 2.2

### Етичні принципи і норми підприємців.

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання етичних норм в менеджменті, охарактеризувати сутність та зміст етики ділових відносин, надати своє бачення засадам сучасного бізнесу.

**Теоретична частина:** На посилення етичних засад бізнесу та менеджменту другої половини ХХ ст. значний вплив здійснювали процеси, які відомі під назвами "реабілітація етики" та "комунікативний поворот" в філософії (етиці). Особливої актуальності "етика відповідальності" набуває в сучасний період – період активізації процесів глобалізації.

**Глобалізація** (англ. globalization) – це процес всесвітньої економічної, політичної й культурної інтеграції та уніфікації. Основними наслідками цього процесу є розподіл праці, міграція в масштабах усієї планети капіталу, людських і виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних і технічних процесів, а також зближення культур різних країн.

Важливим елементом загального процесу глобалізації є процес глобалізації економіки, який полягає в поглибленні всесвітньої економічної інтеграції, головними рушійними силами якого є:

- лібералізація міжнародної торгівлі та руху капіталів;
- зростання темпів технологічного прогресу та формування інформаційного суспільства ;
- дерегулювання.

**Етика бізнесу** – це правила, норми, що регулюють відношення суб'єктів бізнесу. Етичний бізнес – це чесність, порядність, повага до партнерів, дотримання даного слова, здатність ефективно функціонувати на ринку згідно з діючими законами, встановленими правилами і традиціями. Найбільш важливим кроком у цьому напрямі можна вважати прийняту в 1994 р. у швейцарському місті Ко Декларацію Ко – “Принципи бізнесу”. Важливим елементом розвитку етики бізнесу є питання соціальної відповідальності бізнесу. *Соціальною відповідальністю бізнесу* називають відповідність соціальним цілям.

Важливим елементом інституалізації етики бізнесу в Україні стало підписання провідними українськими та міжнародними компаніями, асоціаціями та неурядовими організаціями Глобального Договору ООН.

Представництво Організації Об'єднаних Націй в Україні провело презентацію ініціативи Глобального договору 6 грудня 2005 під час Форуму соціальної відповідальності бізнесу та Глобального Договору. Участь у заході взяли більше 70 представників ділових кіл, влади, Організації Об'єднаних Націй, міжнародних та українських неурядових організацій, наукової спільноти та ЗМІ. Основною метою Форуму було продовження діалогу між зацікавленими сторонами щодо соціальної відповідальності бізнесу, а також для підписання Глобального Договору та створення мережі Глобального Договору в Україні.

### Завдання:

- З'ясувати значення моральних вимірів діяльності підприємців;
- Закріпити знання та поняття етичних норм в менеджменті;
- Вивчити основні підходи до етики відповідальності;

### Література:

1. Єрмоленко А. М. Етика дискурсу Карла-Отто Апеля у контексті українського

- суспільства за доби модернізації / Єрмоленко А. М. // Філософська думка. – 2007. – № 5. – С. 104 – 124.
2. Герчанівська П. Е. Культура управління : навч. посібник / Герчанівська П. Е. – К. : ІВЦ Видавництво “Політехніка”, 2005. – 152 с.
  3. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету : навч. посібник / Калашник Г. М. – К. : Знання, 2007. – 143 с.
  4. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посібник / Кубрак О. В. – Суми : ВДТ “Університетська книга”, 2002. – 288 с.
  5. Мартиненко М. М. Основи менеджменту : підручник / Мартиненко М. М. – К. : Каравела, 2005. – 496 с.
  6. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навч. посібник / Палеха Ю. І. – К. : Кондор, 2008. – 356 с.
  7. Хажински А. Гуру менеджмента. Дорога к успеху / Хажински А. – СПб. : Питер, 2001. – 460 с.
  8. Цапова В. О. Ділова етика як складова частина духовно-етичного самовизначення людини / Цапова В. О. // Духовність українства. – 2002. – № 4. – С. 110 – 114.
  9. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник / Чайка Г. Л. – К. : Знання, 2005. – 442 с.
  10. Честара Дж. Деловой этикет: паблик рилейшнз для всех и для каждого: пер. с англ / Дж. Честара. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 336 с.
  11. Глобальний договір ООН / <http://www.globalcompact.org.ua/ua/about/what>

#### **Контрольні запитання та завдання:**

1. Етика відповідальності як методологічна основа розвитку етики ділових відносин ХХІ століття.
2. Етичні засади сучасного бізнесу.
3. Етичні норми в менеджменті.
4. Інституалізація етичних основ діяльності організацій.
5. Сутність та зміст етики ділових відносин.
6. Етико-економічна концепція Г. Форда. Етичні принципи і норми ділових людей.
7. Моральні виміри діяльності менеджерів.
8. «Новий курс» Ф. Рузвельта. Забезпечення зайнятості, охорони здоров'я, усунення дискримінації, охорона довкілля.
9. «Принципи ведення бізнесу» Комітету з етики бізнесу при Торговій палаті США (1924 р.).
10. Сучасні принципи корпоративної етики.
11. Концепція суспільного маркетингу Ф. Котлера (1992 р.).
12. Дев'ять принципів ведення бізнесу американської корпорації «ІВМ».

### **Практичне заняття 2.3**

#### **Соціологія і етика підприємництва.**

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання основних етичних інструментів міжнародних відносин, ознайомитись з поняттям «Культура» як соціальне явище, проаналізувати Соціокультурний контекст глобалізації..

**Теоретична частина:** У теорії міжнародних відносин знайшли застосування три погляди на мораль. Перша пов'язана з фігурою Н. Макіавеллі, постулював непридатність морально-етичних критеріїв до політичної діяльності, ефективність якої залежить від раціонального вибору засобів досягнення поставлених цілей. Другий підхід - про



первинність моралі по відношенню до права, державі та політиці - був розроблений І. Кантом, проте більш покладався на "дух торгівлі, який рано чи пізно підпорядковує собі кожен народ", і "силу грошей" - найбільш надійний інструмент державної влади, більш ефективно принуждаючий держави "сприяти благородній світу". Третій - компромісний - підхід запропонував німецький соціолог Максиміліан Вебер (1864-1920). Він ввів поняття "**етика переконань**" і "**етика відповідальності**". Ці інструменти знайшли застосування в теорії міжнародних відносин для оцінки моральних якостей людського ресурсу, в основному державних діячів, які беруть зовнішньополітичні рішення.

**Культура** — це система цінностей, уявлень про життя і кодів поведінки, що є спільними для людей, які пов'язані певним способом життя.

Соціальний вимір міжнародних відносин позначилося з появою цивілізаційного підходу до розвитку людських спільнот. По суті, **цивілізаційний вимір фокусує проблеми життя, створеної людиною, а не природою**. У цій парадигмі свобода особистих дій і свобода чистої думки переосмислені в свободу спільної дії, які координуються мережею інститутів, структурують соціальний процес.

#### **Завдання:**

- З'ясувати значення міжнародних валютних відносин;
- Закріпити знання понять «валютна система», «валютні цінності», «валютний ринок», «валютний курс», «конвертованість валют»;
- Вивчити основні підходи до класифікації рівнів валютних систем;
- Перевірити знання сфер та факторів існування та розвитку міжнародної валютної системи.

#### **Література:**

1. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму: пер. з нім. О. Погорілого / Макс Вебер. – К. : Основи, 1994. – 261 с.
2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений./Р.Н.Ботавина — М.: Финансы и статистика, 2001. —184 с.
3. Єлізарова І. А. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник /І.А.Єлізарова-К.: Кондор, 2007 - 160с.
4. Котлер Філіп, Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність./Філіп Котлер, Лі Ненсі — К.: Агенція «Стандарт»,2005. – 560с.
5. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
6. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
7. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.

#### **Контрольні запитання та завдання:**

1. Етичні інструменти міжнародних відносин
2. Культура як соціальне явище
3. Соціальний вимір міжнародних відносин
4. Соціокультурний контекст глобалізації
5. Соціальна стратегія. Вибір соціальної стратегії. Стунінь патерналізму керівництва на підприємстві.
6. Психологічний підхід при виборі керівником мотиваційних засобів залучення працівників до високопродуктивної праці. Раціональне поєднання заохочень і стягнень.

7. Чотири рівні системи регулювання ділової етики: етичні принципи, нормативні акти, колективи співробітників, індивідуальні мотиви.
8. Типи трудових колективів: «Зграя», «Сім'я», «Автобус», «Булик», «Стадо».
9. Соціальна відповідальність бізнесу та Глобальний Договір.
10. Вищі цілі цивілізації за Дж. Гелбрейтом (США).
11. П'ять основних цілей сучасної корпорації Ч. Тавела (Швейцарія).
12. Заходи щодо підвищення етичності співробітників.
13. Розробка етичних нормативів, створення комітетів з етики, проведення соціальних ревізій, особистий приклад керівника.
14. Моральні зобов'язання працівників.
15. Функції морального авторитету: профетична, верифікаційна, легітимізаційна, інституціональна, прогностична, нормативна, табу.
16. Етика і етикет: єдність і розбіжності.
17. Діловий етикет і його основні принципи та засади.
18. Етика поведінки: делікатність, тактовність, точність, обов'язковість, ретельність.
19. Проблеми спілкування.
20. Як співпрацювати з некомпетентним начальником.

## Практичне заняття 2.4

### Соціальна відповідальність в бізнесі.

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання поняття «Соціальна відповідальність» як складовою сучасної моделі бізнесу, проаналізувати еволюцію концепції соціальної відповідальності бізнесу, охарактеризувати соціальну відповідальність як елемент корпоративної репутації. Розглянути поняття «Етичний кодекс бізнесу» проаналізувати їх види та функції.

**Теоретична частина:** *Соціальна відповідальність бізнесу* – морально-етична відповідальність бізнесових структур за рівень надання послуг, рівень якості виробленої продукції, а також створення гармонійного середовища відносини між працівниками, партнерами, споживачами та суспільством загалом у вирішенні соціальних проблем.

*Соціальна відповідальність* – це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (продукти, послуги, процеси) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, яка допомагає сталому розвитку, здоров'ю та добробуту суспільства; зважає на очікування зацікавлених сторін; не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки; поширена в усій організації і практикується у її відносинах (діяльність організації в рамках сфери свого впливу).

**Рівень правової відповідальності** – дотримання закону є обов'язком будь-якої організації, порушення якої спричиняє серйозні санкції з боку держави і його силових структур;

**Рівень етичної відповідальності** – полягає в погодженні моральних принципів суспільства й самої компанії. Погодженість відповідальності на цьому рівні – стає можливою якщо на неї не розповсюджується тверде формальне регулювання;

**Рівень соціальної відповідальності** – полягає в сприянні поліпшенню добробуту й підвищенню якості життя суспільства. Він перебуває на самій вершині піраміди відповідальності й не регулюється ніякими формальними або неформальними відносинами. Це – бажаний рівень відповідальності, що виправдовує соціальне існування організації.

*Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)* – це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи

на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкохолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності.

**Кодекс етики в бізнесі** – це зведення моральних принципів, моральних норм і правил поведінки однієї особи або групи осіб, що визначає оцінку їхніх дій з погляду взаємовідносин з іншими суб'єктами бізнесу, відносин у колективі і в суспільстві на основі дотримання моральних норм і принципів, які розділяються ними.

**Професійні кодекси** виходять із професійної етики і регулюють відносини у професійних спільнотах та ефективні для "вільних професій". Професійна етика – це конкретно визначений набір моральних норм, який слугує керівництвом поведінки в тій чи іншій професійній діяльності.

#### **Завдання:**

- Закріпити знання понять поняття «Соціальна відповідальність» як складовою сучасної моделі бізнесу;
- Дати характеристику еволюції концепції соціальної відповідальності бізнесу
- Охарактеризувати соціальну відповідальність як елемент корпоративної репутації;
- Перевірити знання сфер та факторів існування та розвитку міжнародної валютної системи.
- Розглянути поняття «Етичний кодекс бізнесу» проаналізувати їх види та функції.

#### **Література:**

1. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму: пер. з нім. О. Погорілого / Макс Вебер. – К. : Основи, 1994. – 261 с.
2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений./Р.Н.Ботавина — М.: Финансы и статистика, 2001. —184 с.
3. Єлізарова І. А. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник /І.А.Єлізарова-К.: Кондор, 2007 - 160с.
4. Котлер Філіп, Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність./Філіп Котлер, Лі Ненсі — К.: Агенція «Стандарт»,2005. – 560с.
5. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
6. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
7. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.

#### **Контрольні запитання та завдання:**

1. Соціальна відповідальність як складова сучасної моделі бізнесу.
2. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу.
3. Соціальна відповідальність як елемент корпоративної репутації.
4. Етичний кодекс бізнесу. Види і функції етичних кодексів.
5. Феномен відповідальності менеджера.
6. Етика й соціальна відповідальність менеджменту.
7. Благодійність та імідж компаній.
8. Три підходи до проблеми соціальної відповідальності і етики управлінських рішень: традиційний, етичний, традиційно-етичний.
9. Сутність соціальної відповідальності бізнесу.
10. Аксіологічні детермінанти соціальної відповідальності бізнесу.
11. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні.
12. Стан, завдання та перешкоди посилення соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

13. Сприйняття суспільством ділової етики і соціальної відповідальності.

14. Три етапи сприйняття: максимізація доходів, піклувальне управління, соціальне управління.

**Проаналізуйте ситуацію, обґрунтуйте свою відповідь.**

### **1. ПОЧУТТЯ НАЛЕЖНОСТІ ДО ПІДПРИЄМСТВА**

Культивування у співробітників сильного почуття належності до підприємства або місця роботи є не тільки ефективним "закріплюючим" чинником, а й дуже важливим з точки зору стимулювання працьовитості. Який із наведених нижче прикладів є в цьому випадку найбільш прийнятним?

А. При визначенні цілей роботи на підприємстві, а також при упорядкуванні робочих планів треба робити так, щоб підлеглі брали в цьому участь, висловлювали свою думку.

Б. Необхідно, наскільки це можливо, уникати того, щоб змушувати підлеглих виконувати непосильну роботу або давати їм наганяй. Треба виявляти постійну турботу про кожного підлеглого.

В. Встановити суворий порядок на робочих місцях і самому як керівнику дотримуватися його, подаючи приклад іншим. Водночас треба змушувати підлеглих дотримуватися встановленого порядку і не допускати самовільних вчинків.

### **2. ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ І ЗАВДАНЬ ДІЯЛЬНОСТІ**

Виберіть із наведених нижче рекомендацій три найбільше важливі, які бажано враховувати при визначенні цілей.

А. Домагатися розуміння того, яке значення мають поставлені цілі для досягнення цілей організації.

Б. У міру можливості визначати цілі з урахуванням думки підлеглих.

В. Домагатися повного розуміння цілей кожним підлеглим. Культивувати у підлеглих почуття справедливості.

Г. Якщо при визначенні цілі виходити з можливостей підлеглих, то буде важко досягти їх.

Д. Можна досягти будь-якої цілі, якщо враховувати можливості підлеглих.

Е. При визначенні цілей потрібно вдаватися до конкретних фактів і цифр.

Ж. Домагатися розуміння того, що досягнення поставлених цілей є для підлеглих їхнім обов'язком, справою, за яку вони відповідають.

### **3. ЗМАГАННЯ**

Яке з наведених нижче положень, що стосуються змагальності є правильним?

А. Оскільки вважається, що людина прагне одержати верх над іншими, її варто втягувати в змагання.

Б. Змагання нерідко підвищує коефіцієнт корисної дії людини в трудовій діяльності. Однак людина, що не має перспективи перемогти в змаганні, постійно відмовляється від них. Змагання, які проводяться на протязі тривалого часу, не тільки не підвищують, а, навпаки, знижують коефіцієнт корисної дії працівників.

В. У змаганні тільки частина працівників напружує свої сили, вкладає душу в роботу. Більшість же не змінює звичного для себе трудового ритму. Тому змагання майже не змінюють коефіцієнта корисної дії працівників.

## **Практичне заняття 2.5**

### **Корпоративна етика.**

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання основних понять «Корпоративна етика», «Корпоративна відповідальність» ознайомитись з сучасним інструментарієм мотивації в бізнесі.

**Теоретична частина: Корпоративна культура** – явище, що охоплює духовне і матеріальне життя колективу, а саме: домінуючі у ньому моральні норми та цінності, кодекс поведінки, ритуали та ін.; це система цінностей та переконань, що поділяється усіма працівниками колективу і зумовлюють їх поведінку, характер життєдіяльності організації.

**Основні етапи формування корпоративної культури:**

**Початковий** розробка концепції корпоративної культури (визначення місії підприємства та філософії його функціонування, побудова дерева цінностей і вибору основних серед них).

**Підготовчий** етап охоплює сукупність робіт організаційного, методичного й інформаційного характеру, чіткий розподіл обов'язків між виконавцями.

**Основний** етап передбачає формування стандартів і норм поведінки персоналу на основі прийнятих цінностей, запровадження традицій, символіки, ритуалів, системи свят, розроблення мотиваційної політики.

**Завершальний** етап повинен засвідчувати повну готовність персоналу підприємства до створення його корпоративної культури. Він охоплює нормативне закріплення усіх складових у корпоративному документі (положення про корпоративну культуру), кодекс ділової етики, документ про корпоративне керівництво тощо.

**Метою корпоративної культури** є формування поведінки персоналу, що сприяє досягненню цілей підприємства. В процесі управління персоналом необхідно вирішувати наступні *завдання*: розвивати почуття причетності до справ організації (підприємства); заохочувати та залучати до спільної діяльності на благо підприємства; зміцнювати стабільності системи соціальних відносин; підтримувати індивідуальні ініціативи працівників; створювати атмосферу єдності менеджерів і персоналу у підприємстві; зміцнювати корпоративну родину.

**Корпоративна культура виконує низку важливих функцій:**

- **охоронна** – полягає у створенні бар'єру, який захищає організацію від небажаних зовнішніх впливів, вона реалізується через заборони, табу, обмежувальні норми;

- **інтегруюча** формує відчуття приналежності до організації, гордості за неї, прагнення сторонніх осіб вступити до неї;

- **регулююча** функція підтримує необхідні правила і норми поведінки членів організації, їхніх взаємовідносин, контактів із зовнішнім світом, що є гарантією її стабільності, зменшує вірогідність небажаних конфліктів;

- **адаптивна** функція полегшує взаємне пристосування людей один до одного і до організації, вона реалізується через загальні норми поведінки, ритуали, обряди;

- **орієнтуюча** функція культури спрямовує діяльність організації та її учасників у необхідне русло;

- **мотиваційна** – створює для цього необхідні стимули, функція формування іміджу допомагає створити образ організації в очах оточуючих.

Наведені функції корпоративної культури формують певний образ підприємства та забезпечують соціальну стабільність, єдність особистості та відданість працівників.

**Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)** – це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають; це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкхолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності.

**Корпоративна репутація** – це колективна думка про компанію, що формується з часом у свідомості цільових груп на підставі експертної оцінки економічного, соціального та інших аспектів її діяльності.

**Тімбілдінг** (англ. «team building») – побудова ефективної команди, створення групи людей націлених на досягнення єдиного результату, що працює злагоджено, як

єдиний організм. Основна мета тимблдингу(або командоутворення) – емоційне згуртування колективу, підвищення віддачі від спільної роботи.

#### **Завдання:**

- З'ясувати значення, функції та складові корпоративної культури;
- Закріпити знання понять «Корпоративна етика», «Корпоративна відповідальність», «Корпоративна соціальна відповідальність»;
- Вивчити основні напрямки культури такі як: корпоративна репутація та корпоративний імідж;
- Розглянути корпоративні заходи як інструмент мотивації в бізнесі.

#### **Література:**

1. Єлізарова І. А. Стиль ділового успіху. Навчальний посібник /І.А.Єлізарова-К.: Кондор, 2007 - 160с.
2. Котлер Філіп, Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність./Філіп Котлер, Лі Ненсі — К.: Агенція «Стандарт»,2005. – 560с.
3. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин. Навчальний посібник /Ю.І.Палеха - К.: Кондор, 2009 - 356с.
4. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.
5. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник / Й. М. Гах. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
6. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
7. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
8. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.

#### **Контрольні запитання та завдання:**

1. Корпоративна культура: суть, складові, функції.
2. Корпоративна соціальна відповідальність, моделі КСВ.
3. Корпоративна репутація та корпоративний імідж.
4. Корпоративні заходи як інструмент мотивації, їх цілі, функції, способи організації.
5. Плюси і мінуси широкої соціальної відповідальності.
6. П'ять рівнів соціальної і моральної відповідальності компаній: економічна, правова, етична, соціальна, екологічна.

#### **Проаналізуйте ситуацію, обґрунтуйте свою відповідь.**

##### **1. ЗЛАГОДЖЕНІСТЬ ГРУПИ**

Які, на вашу думку, із наведених нижче заходів є найбільш ефективними для формування атмосфери взаємовиручки, взаємодії серед підлеглих?

А. Будь-то сфера виробництва чи сфера торгівлі, на підприємстві варто створити своєрідну атмосферу суперництва між робочими групами.

Б. Визначити обсяг роботи в рамках підприємства, розподілити її між усіма підлеглими, зробити так, щоб кожен не виходив за межі своєї компетенції. Одночасно з цим здійснити управління таким чином, щоб гарантувати успішне виконання роботи кожним працівником і щоб ніхто не заважав один одному.

В. Провести неофіційні заходи, наприклад, приятельські зустрічі або екскурсії, у ході яких працівники могли б із задоволенням і невимушено поспілкуватися один з одним. Поряд із

чим треба за допомогою зборів і інших заходів сприяти тому, щоб працівники розуміли характер роботи один одного.

## 2. СПРАЦЬОВАНІСТЬ ГРУПИ

Чому в малій групі легше досягається єдність дій? Які з приведених нижче причин є обґрунтованими?

А. Спосіб мислення однієї людини відрізняється від способу мислення іншої. Тому в малій групі легше знайти загальну для усіх точку дотику. У великій же групі домогтися цього значно складніше, оскільки спілкування в малій групі інтенсивніше, ніж у великій.

Б. Якщо група нечисленна, те в ній легше забезпечити єдність дії. Це зв'язано з прагненням людей до взаєморозуміння.

В. У будь-якій групі є люди, чия думка розходиться з думкою інших. Якщо група нечисленна, то природно, і менше таких людей. Тому не потрібно затрачати занадто багато зусиль на уговори таких людей.

### Практичне заняття 2.6

#### Проблеми мікроетики та макроетики

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання основних принципів мікроетики, розглянути та охарактеризувати взаємозв'язок «Керівник – підлеглий»: основні рівні взаємовідносин. Надати своє бачення взаємовідношення між корпораціями.

**Теоретична частина:** Під **макроектикою** розуміється та частина етики бізнесу, що розглядає специфіку моральних відносин між як макросуб'єктами соціальної й економічної структури суспільства: корпораціями, державою й суспільством у цілому, так і його частинами; під **мікроектикою** — дослідження специфіки моральних відносин усередині корпорації, між корпорацією як моральним суб'єктом й її працівниками, а також власниками акцій.

**Прийняття рішення** – це процес, який починається з констатації виникнення проблемної ситуації та завершується вибором рішення, тобто вибором дії, яка спрямована на усунення проблемної ситуації. Відповідно до цього способу всі методи обґрунтування управлінських рішень поділяються на кількісні та якісні.

**Кількісні методи** (або методи дослідження операцій) застосовують, коли фактори, що впливають на вибір рішення, можна кількісно визначити та оцінити.

**Якісні методи** використовують тоді, коли фактори, що визначають прийняття рішення не можна кількісно охарактеризувати або вони взагалі не піддаються кількісному вимірюванню. До якісних методів належать в основному експертні методи.

**Етика ділового спілкування "зверху вниз"** (керівник-підлеглий). Золоте правило етики в цьому випадку можна сформулювати наступним чином: "Ставтесь до свого підлеглого так, як ви хотіли б, щоб до вас ставився керівник". Успіх ділових стосунків в організації багато в чому визначається тими етичними нормами та принципами, які використовує керівник по відношенню до своїх підлеглих. Під нормами та принципами розуміється те, яка поведінка в організації є етично сприйнятлива, а яка - ні.

**Етика ділового спілкування "знизу-вверх"** (відношення підлеглого до свого начальника). Загальне етичне правило поведінки можна сформулювали наступним чином: "Відносьтесь до свого керівника так, як ви хотіли б, щоб до вас відносились ваші підлеглі".

#### Завдання:

- З'ясувати значення міжнародних валютних відносин;
- Закріпити знання понять «валютна система», «валютні цінності», «валютний ринок», «валютний курс», «конвертованість валют»;
- Вивчити основні підходи до класифікації рівнів валютних систем;

- Перевірити знання сфер та факторів існування та розвитку міжнародної валютної системи.

### **Література:**

1. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
2. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
3. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.
4. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
5. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
6. Вебер Макс Протестантська етика і дух капіталізму: пер. з нім. О. Погорілого / Макс Вебер. – К. : Основи, 1994. – 261 с.
7. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений./Р.Н.Ботавина — М.: Финансы и статистика, 2001. —184 с.

### **Контрольні запитання та завдання:**

1. Основні принципи мікроетики
2. Проблеми прийняття рішень на мікрорівні
3. «Керівник – підлеглий»: основні рівні взаємовідносин
- 4 Взаємовідношення між корпораціями
5. Корпорація та держава
6. Корпорація та споживачі
7. Корпорація та інвестори

### **Проаналізуйте ситуацію, обґрунтуйте свою відповідь.**

#### **1. СТИЛЬ УПРАВЛІННЯ**

Застосування менеджером демократичних методів керівництва має багато переваг з точки зору управління виробництвом. Однак методи містять у собі і недоліки. У якому з наведених нижче прикладів можна побачити ці недоліки?

А. Завдяки тому, що керівники уважно прислухаються до думки підлеглих і враховують її у своїй діяльності, між керівниками і підлеглими встановлюються довірливі відносини. Однак при цьому в підлеглих розвивається почуття задрості і не виховується самостійність.

Б. Якщо керівники будуть вислуховувати думку кожного підлеглого, вони витратять багато часу на переконання, врегулювання різних питань. Через це може статися так, що керівники неспроможні будуть вчасно вживати необхідні заходи в екстремальних умовах.

В. Якщо керівники занадто багато уваги приділятимуть підлеглим, то останнім це поступово набридне і вони будуть радітися зі старшими за віком колегами, спілкування з якими "зручніше", ніж з начальством.

#### **2. УПРАВЛІНСЬКІ ДІЇ**

Трапляються випадки, коли від вищестоящих органів не надходить чітких вказівок, не визначаються конкретні цілі. Як повинен діяти керівник у таких випадках? Який із наведених нижче варіантів дій Ви вважаєте найбільше правильним ?

А. Слід вийти з пропозицією у вищу інстанцію і попросити необхідних вказівок.



Б. Проаналізувати ситуацію, визначити, що необхідно зробити в інтересах своєї організації і приступити до мобілізації персоналу на вищення завдань.

В. Відсутність чітких вказівок і постановки конкретних цілей з боку вищої інстанції може пояснюватися тим, що в цих сферах вважають недоцільним і несвоєчасним приймати поспішні рішення. Тому починати дії слід тільки після того, як надійде вказівка зверху.

## **Практичне заняття 2.7**

### **Етичний кодекс підприємця.**

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання основних концепцій ділової етики в прийнятті господарських рішень, ознайомитись з діловою атрибутикою підприємства (візитні картки, бренди, логотипи, порт фоліо, рекламна та інтернет-продукція), навести приклади та характеристики

**Теоретична частина:** На мікрорівні ділова етика регулюється кодексами. Кожна компанія розробляє свій етичний (корпоративний) кодекс з відповідною назвою: Кодекс етики, Кодекс цінностей, Кодекс поведінки, Звід правил, Звід цінностей і принципів.

#### **Різновиди Кодексу ділової етики**

- Кодекс ділової етики (“Проктер енд Гембл”);
- Кодекс принципів ділової етики (“Юніверсал-пikчeрc”);
- Кодекс ділової поведінки (“Кока-Кола”);
- Звід загальних ділових принципів компанії (“Ройял-датч-Шелл”).

#### **Цінності кодексу етики**

- колектив, який складається з найкращих у світі спеціалістів;
- господарське ставлення до майна компанії (як до власного); прагнення до забезпечення довгострокової успішної діяльності компанії, до виконання покладених завдань, підвищення ефективності праці;
- чесність і відкритість у відношеннях між робітниками; дотримання букви закону; прийняття рішень на основі повної інформації і обґрунтування її оцінки на основі можливих ризиків;
- намагання бути кращими у виконанні покладених завдань; підвищення якості роботи; здійснення лідерства у своїй сфері;
- взаємне довір’я у стосунках між колегами, замовниками і користувачами.

**Морально-етичний кодекс підприємця** – це систематизований перелік норм, якими повинен керуватись кожний суб’єкт підприємницької діяльності у бізнесі. Таким чином, морально-етичний кодекс сучасного підприємця виник як продукт історико-еволюційного розвитку уявлень про моральне обличчя та притаманні риси ділової людини, добросовісне ведення справ у бізнесі. Імідж – уявлення про людину, що формується на основі її зовнішнього вигляду, звичок, манери говорити, менталітету, вчинків тощо. Імідж людини — це думка про цю людину у групи людей в результаті сформованого в їхній психіці образу цієї людини, що виникла унаслідок прямого їхнього контакту з цією людиною або унаслідок отриманої про цю людину інформації від інших людей.

**Імідж фірми** — це думка про дану організацію у групи людей на основі сформованого у них образу цієї фірми, що виник унаслідок або прямого контакту з цією фірмою, або в результаті інформації, отриманої про цю фірму від інших людей.

**Імідж товару** — це думка про даний товар у групи людей на основі образу даного товару, що виник або при покупці, використанні цього товару особисто, або на основі думки про цей товар інших людей. Діловий імідж спеціально проектується в інтересах людини або фірми з урахуванням особливостей діяльності та зовнішніх якостей.

**Гудвіл** – активи, капітал фірми, який не піддається матеріальному вимірюванню (репутація, технічна компетенція, зв’язки, вплив). Гудвіл – це перш за все громадська думка про назву, стиль, товарний знак, логотип, проекти, товари і будь-які інші предмети,

що знаходяться у власності або під контролем компанії, а також взаємовідносини з клієнтами і замовниками. Гудвіл – комплекс заходів, спрямований на збільшення прибутку підприємства, без відповідного збільшення активних операцій, включаючи використання кращих управлінських здібностей, домінуючу позицію на ринку продукції (робіт, послуг), нові технології тощо. Вартість гудвілу визначається як різниця між ціною придбання і звичайною ціною відповідних активів.

#### **Завдання:**

- Закріпити знання понять «імідж», «репутація», «гудвіл»;
- Охарактеризувати способи формування іміджу, його значення в сучасних умовах;
- Навести характеристику ділової атрибутики реальних підприємств.

#### **Література:**

1. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
2. Статінова Н. П. Етика бізнесу: навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К.: КНТЕУ, 2001. – 280 с.
3. Петрунин Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Дело, 2004. – 284 с.
4. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник / Й. М. Гах. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
5. Герасимчук А. А. Етика та етикет / А. А. Герасимчук., О. І. Тимошенко. – К.: ЄУ. – 2006. – 350 с.
6. Котлер Філіп, Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність./Філіп Котлер, Лі Ненсі — К.: Агенція «Стандарт»,2005. – 560с.
7. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин. Навчальний посібник /Ю.І.Палеха - К.: Кондор, 2009 - 356с.

#### **Контрольні запитання та завдання:**

1. Національні особливості етики ділового поведіння.
2. Особливості ділової етики і етикету в західноєвропейських країнах. Особливості ділового поведіння в США, Канаді і Австралії.
3. Особливості ділової етики в інших країнах.
4. Форми забезпечення договірних стосунків у бізнес-процесах.
5. Культура підприємницької діяльності.

#### **Проаналізуйте ситуацію, обґрунтуйте свою відповідь.**

##### **1. ПРАЦЬОВИТІСТЬ**

Виберіть із наведених нижче варіантів три найбільш ефективні заходи, що спонукали б інтерес до роботи.

- А. Здійснювати управління, яке б забезпечувало достатні відомості про характер виконуваної роботи.
- Б. Час від часу змінювати роботу, щоб вона не набридала.
- В. У разі, якщо треба змусити людей виконувати роботу, необхідно об'єднати добре працівників, які добре розуміються на справі в одну групу.
- Г. Докладно, в деталях пояснити людям характер роботи, і в такий спосіб зробити так, щоб вона була виконана без зривів.
- Д. Роботу, яку треба виконати, необхідно час від часу доповнювати новими завданнями. Непогано організувати змагання за кращий результат.
- Е. Точно вказати на недоліки і позитивні моменти виконуваної роботи.

## **2. СТАВЛЕННЯ ДО ПРАЦІ**

У якому з приведених нижче випадків виявляється свідомість людей щодо праці.

А. В складних умовах люди будуть працювати з ентузіазмом. Однак як тільки з'являється вільний час і життєвий комфорт, виникає бажання розважитися і відпочити.

Б. Якщо людина досягає певного рівня життя, у неї з'являється вільний час, то робота стає не тільки джерелом прибутків, а й засобом задоволення духовних та інтелектуальних запитів.

В. Якщо з'являється достаток і життя стає комфортнішим, людина шукає розваг, задоволень. У такому разі вона втрачає інтерес до роботи і прагне уникати складностей.