

Лариса Антонюк, Ігор Брітченко, Євгенія Поліщук, Наталія Рудик, Юлія Сибірянська, Павел Мачашік

Обґрунтування потреби та наміру запровадження етичного кодексу для малих та середніх підприємств в Україні

У статті обґрунтовано потребу у розробці та запровадженні етичних норм ведення бізнесу у бізнес-діяльність малих та середніх підприємств. Особлива увага приділяється підприємствам України як однієї з країн з найвищим рівнем тіньової економіки. Представлена дворівнева структура Етичного Кодексу малих та середніх підприємств, в основі якої лежать наступні ключові поняття: прозорість діяльності підприємств, цілісність системи партнерських відносин, екологічна та соціальна відповідальність, які є взаємопов'язаними та відображені у окремих статтях Кодексу.

У статті представлені результати аналізу авторами Етичного Кодексу для малих та середніх підприємств, в основі якого лежить персональне та інтерактивне опитування про готовність представників малих та середніх підприємств України до запровадження етичних норм у їх діяльність. Автори виявили, що малі та середні підприємства України недостатньо обізнані про можливий позитивний вплив цих норм та правил на діяльність, зокрема, в плані покращення бізнес-клімату в країні, підвищення інвестиційної привабливості економіки в цілому та суб'єктів господарювання зокрема, полегшення доступу до фінансово-кредитних інструментів.

Опитування представників малих та середніх підприємств в Україні підтвердило потребу у розробці та запровадженні Етичного Кодексу, а також потенціальний попит на нього. Респонденти розуміють важливість певних міжнародних етичних норм у веденні бізнесу, що може сприяти залученню інвестицій в Україну; однак, це не єдиний фактор впливу на інвестиційну привабливість вітчизняного бізнесу. Автори підтверджують, що покращення бізнес-клімату є складним питанням, а Етичний Кодекс, в цьому випадку, створює можливості для підтримки та мотивування учасників до активного впливу на бізнес-середовище; до виявлення абсолютної нетерпимості до корупції та формування та дотримання чіткої позиції у відносинах з органами державної влади.

Ключові слова: малі та середні підприємства, етичний кодекс, бізнес-етика, корпоративна, екологічна та соціальна відповідальність бізнесу

Класифікація JEL: M13, M14, M21



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International License, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Лариса Антонюк, Ігорь Бритченко, Евгения Полищук, Наталья Рудик, Юлия Сибирянская, Павел Мачашик

Обоснование потребности и намерения внедрения этического кодекса для малых и средних предприятий

В статье обоснована потребность в разработке и внедрении этических норм ведения бизнеса в бизнес-деятельность малых и средних предприятий. Особенное внимание уделяется предприятиям Украины как одной из стран с наивысшим уровнем теневой экономики. Представлена двухуровневая структура Этического Кодекса малых и средних предприятий, в основе которой лежат следующие ключевые понятия: прозрачность деятельности предприятий, целостность системы партнерских отношений, экологическая и социальная ответственность, являющиеся взаимосвязанными и отображенные в отдельных статьях Кодекса.

В статье представлены результаты анализа авторами Этического Кодекса для малых и средних предприятий, в основе которого лежит персональный и интерактивный опрос о готовности представителей малых и средних предприятий Украины к внедрению этических норм в их деятельность. Авторы выявили, что малые и средние предприятия Украины недостаточно осведомлены о возможном позитивном влиянии данных норм и правил на деятельность, в частности, в плане улучшения бизнес-климата в стране, повышения инвестиционной привлекательности экономики в целом и субъектов хозяйствования в частности, облегчения доступа к финансово-кредитным инструментам.

Опрос представителей малых и средних предприятий в Украине подтвердил потребность в разработке и внедрении Этического Кодекса, а также потенциальный спрос на него. Респонденты понимают важность определенных международных этических норм в ведении бизнеса, что может способствовать привлечению инвестиций в Украину; однако, это не единственный фактор влияния на инвестиционную привлекательность отечественного бизнеса. Авторы подтверждают, что улучшение бизнес-климата является сложным вопросом, а Этический Кодекс, в данном случае, создает возможности для поддержки и мотивирования участников к активному влиянию на бизнес-среду; к выявлению абсолютной нетерпимости к коррупции и формированию и соблюдению четкой позиции в отношениях с органами государственной власти.

Ключевые слова: малые и средние предприятия, этический кодекс, бизнес-этика, корпоративная, экологическая и социальная ответственность бизнеса

Классификация JEL: M13, M14, M21



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.