

УДК 658

Н.А. Герасимчук

Київський національний університет харчових технологій

ВЗАЄМОДІЯ ПРАВОВИХ І ЕТИЧНИХ НОРМ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

© Герасимчук Н.А., 2003

На основі аналізу вітчизняної і зарубіжної літератури автор стверджує, що в підприємницькій діяльності етичні засади повинні випереджати правові модифікації, і те, що ці засади повинні впливати на формування правових принципів.

Having analyzed the works of Ukrainian and foreign economists the author affirms that ethic regulations in business activity have to pass ahead the law modifications. Moreover these principles have to influence the formation of laws.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. На сьогодні про місце і роль етичних і правових норм в підприємницькій діяльності малих підприємств як в українській, так і зарубіжній літературі написано багато, але, на думку автора, вимагають ще більш докладного висвітлення такі питання:

- співвідношення правових норм і етичних засад в підприємницькій діяльності малих фірм;
- генеза сучасних моральних засад стосовно підприємницької діяльності;
- перспективи розвитку правових норм і моральних засад в підприємницькій діяльності малих підприємств в умовах сьогодення і майбутнього.

Цілком зрозуміло, що в межах статті є неможливим розгорнуте висвітлення цих питань. Автор лише надіється, що його праця внесе скромний вклад у відповіді на них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення цієї проблеми. Розвиток ринкових відносин в Україні детермінував активне становлення підприємництва – стрижня діяльності малих підприємств. Тож не є випадковим, що саме підприємництво є в центрі уваги як українських, так і зарубіжних науковців. Підприємницька діяльність, слушно підкреслюють вони, хоч і є творчою, інноваційною, але ця творчість повинна здійснюватись в певному правовому і етичному полі. Тож не випадково, що українські вчені М. Долішній, А. Заїнчковський, Є. Крикавський, О. Кужіль, М. Козоріз, В. Поліщук, В. Сазоненко та ін. і зарубіжні – Р. Банайські, Д. Джексон, К. Морган, Ю. Пенс, В.Р. Гріффін постійно наголошують в своїх наукових працях, що успіх підприємницької діяльності залежить не від волі в цій царині підприємця, а в результаті суворого дотримання правових норм і моральних засад.

Досвід підприємницької діяльності в економічно розвинутих країнах свідчить про те, стверджують названі вчені, що ті малі фірми, які діють в правовому полі і з пошаною відносяться до клієнта, завжди мають більший зиск, ніж ті, які, хоч і діють в межах права, але часто ігнорують моральні норми і засади.

Цілі статті. Метою цієї роботи є аналіз взаємодії правових і етичних норм в підприємницькій діяльності малого підприємства та вияснення їх співвідношення. Для **реалізації** мети дослідження необхідно було виконати багато завдань, а саме:

- вивчити рівень правопорушень в підприємницькій діяльності малих фірм в умовах України і в зарубіжних країнах;
- визначити джерела моральних засад в підприємницькій діяльності малих підприємств;
- визначити рівень впливу етичних засад на підприємницьку діяльність в малих підприємствах;
- вивчити і встановити діалектичну сутність принципу непорушності і одночасно змінності правових норм в підприємницькій діяльності малих підприємств.

Основний матеріал дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Основними принципами ведення бізнесової діяльності в Україні впродовж століть були: повага до влади, чесність і правдивість, шанування інституту приватної власності, вірність слову, цілеспрямованість, професіоналізм, честь підприємця тощо. Це знаходило своє відображення в тодішньому законодавстві. 1917 рік та подальші роки перервали цю традицію. Майже 70 років багато з цих принципів були розбіжними з чинним радянським законодавством. І лише за роки незалежності Української держави було зроблено спробу закріпити і розширити ту економічну парадигму, яка значною мірою будувалася на основах християнської етики і насильно була остаточно елімінована в кінці 20 років ХХ століття [1].

Вже, починаючи з 1991 року, Україна як новостворена незалежна держава стала активно формувати власну законодавчу базу для розвитку підприємництва. Один за одним ухвалюються Закони України, які регламентують підприємницьку діяльність. Серед найбільш значущих законів, прийнятих в перші роки незалежності нашої держави, можна назвати: “Про підприємництво” (1991 р.), “Про господарські товариства” (1991 р.), “Про селянське (фермерське) господарство” (1991 р.), “Про власність” (1991 р.), “Про форми власності на землю” (1992 р.), “Про колективне сільськогосподарське підприємство” (1992 р.), “Про обмеження монополізму і недопущення недоброякісної конкуренції в підприємницькій діяльності” (1992 р.), “Про оренду майна державних підприємств” (1992 р.), “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” (1992 р.) тощо. Окрім них, в ті роки було прийнято багато рішень і постанов на урядовому рівні, що значною мірою сприяло впорядкуванню проблем, пов’язаних з трансформацією відносин власності, а також питаннями захисту інтересів власників, споживачів та підвищення відповідальності підприємців за якість продукції та надаваних послуг.

На жаль, головною проблемою було те, що більшість прийнятих законів стосовно розвитку підприємництва або не виконувалась зовсім, або, в кращому випадку, виконувалась паліативно. І основною причиною було те, що не були сформовані чіткі, зрозумілі механізми їх реалізації. Часто було так, що зміни в реальній практиці відбувалися значно швидше, ніж ухвалювався той чи інший закон. Особливо це було характерно для тих законів, які стосувалися регламентації підприємницької діяльності громадян України.

Як зазначають українські вчені-економісти, перші етапи становлення і розвитку підприємництва в постсоціалістичний період відбувалися в Україні хаотично, організаційні форми підприємницької діяльності не завжди були ефективними. Не варто забувати й про те, що становлення підприємництва у 1991–2003 роках до деякої міри повторило той шлях,

який підприємці економічно розвинутих країн торували впродовж трьох століть. Отже, в Україні відбувалося прискорення процесу становлення і розвитку визнаних у світовій практиці форм господарювання. І розвиток цей був тісно пов'язаний з правовими і етичними нормами. Не є зайвим нагадати, що ще Адам Сміт постійно наголошував, що продуктивність і рентабельність підприємств побудовані безпосередньо на засадах етичних і юридичних норм. Американський етик в сфері фінансового бізнесу Кеннет Гудпастер в кінці 80-х років в одній із своїх праць зауважив, що підприємці, з метою уникнення клопоту з податковими та правовими інституціями, намагаються якнай докладніше дотримуватись їх вимог, але з іншого боку, вони не можуть ігнорувати засад етики. Необхідно зауважити, зазначає вчений, що серед певної частини підприємців існує думка, що етичні норми, хоч і впливають на економічну ситуацію фірм, але виконують маргіальну роль. Але інша частина власників фірм і працівників, пише Кеннет Гудпастер, вважають, що етичні засади в діяльності підприємства є визначальними. “Відчувається опір тих людей, пише він, – які побоюються етичних проблем в бізнесі... Одні, а це переважно скептики, проклинають етику бізнесу за те, що вона не має безпосереднього впливу на фінансові результати фірм, інші ж її проклинають за те, що вона аж занадто впливає на ці результати” [2].

Може виникнути питання, пише американський фінансист Leo V. Ryan, чи зростає в процесі підприємництва місце і роль етичних норм поряд з юридичними? На це питання, пише він, дає коротку і точну відповідь член правління Business for Social Responsibility Helen Mills: “Зростає!” Свою думку він підкріплює тим, що Business for Social Responsibility розпочав свою діяльність в 1992 р., об'єднавши 54 фірми. В 1997 р. (через 5 років) організація налічувала вже 1300 членів і мала широку мережу філій з бюджетом 4,5 млн. доларів США [3]. І все це завдяки тому, що виконання підприємницьких операцій відбувалося в суворій відповідності з правовими і моральними нормами, що приваблювало все нових і нових акціонерів. Люди цілком логічно розмірковували так: “Якщо фірма суворо дотримується правових і моральних норм це є свідченням того, що вона впевнена в собі не тільки сьогодні, але в своєму майбутньому. З такою фірмою можна впевнено пов'язувати свою долю”.

90-і роки ХХ ст. були справжнім бумом зацікавленості американських фірм поряд з існуючими правовими, впровадженням в їх життя і етичних норм. Ініціювала цей процес Програма саморегуляції оборонної промисловості США. На основі цієї програми виникає Центр етики у Вашингтоні. Майже одночасно з цим 6 листопада 1991 р. виникає правова інституція “Рекомендації Федеральної експертизи”. Згідно з цими рекомендаціями кожна організація підлягає санкціям, якщо вона допустить хоч найменше правове відхилення від встановлених федеральними владними структурами норм. В Рекомендаціях зазначено, що такими відхиленнями є: маніпулювання антитрастовими документами, цінними паперами, махінації в податковій сфері, фінансове марнотратство, діяльність поза фірмою всупереч чинному законодавству тощо. В преамбулі до Рекомендацій записано, що кожна організація в своїй діяльності спирається на своїх агентів, а такими в більшості своїй є менеджери, тож вони і відповідають за всі порушення. А щоб тих порушень було якнайменше, наголошується в преамбулі до рекомендацій, необхідно, щоб генеральне керівництво фірми час від часу нагадувало менеджерам про основні засади етики і не тільки нагадувало, але і контролювало тих, хто повинен стояти на стороні права і моралі [3]. Відомий американський економіст Гріффін В. Ріккі, в праці “Основи управління організаціями”

наводить приклад, де правові аспекти “зіткнулися”, а потім і переплелися з етичними. З 1962 до 1992 рр., пише він, фірма Dow Corning, яка об’єднала The Dow Chemical Co і Corning Incorporated була найбільшим в США виробником силіконових вкладок для хірургічного збільшення грудей молодих жінок. І хоч виробництво тих вкладок становило менше ніж 1 % оборотів фірми, в грошом виразі це становило 1,8 млрд. доларів щорічно. Вкладки фірми носило понад 1 млн. американок і не було ніяких нарікань з боку споживачів на її продукцію. Близько 20 % випадків вщеплення силіконових подушечок здійснювалось для тих жінок, які були після операції на рак грудей, інші ж 80 % зважувалися на вщеплення з метою збільшення розміру делікатної частини тіла [4].

Попри те, що щорічно фірма робила операції 100 тис. жінкам, Федеральне управління харчування і ліків не висловило своєї думки стосовно безпеки чи небезпеки наслідків таких операцій. Мало того, з “допомогою” керівництва фірми з’явилося багато правових документів, які говорили про законний характер діяльності лікарів. І лише в 1992 р., тобто через 20 років (!), комісія з Федерального управління харчування і ліків під тиском скарг з боку оперованих, висловила гостре застереження щодо безпеки імплантації лікарями фірми силіконових подушечок. Комісія виявила, що іноді подушечки тріскалися, інші просто з якихось причин протікали. В багатьох жінок після імплантації розвивались новотвори, відбувалися негативні зміни в імунній системі. Члени комісії виявили, що впродовж 20 років фірма Dow Corning систематично знищувала записи в документах тих пацієнок, які скаржилися на стан свого здоров’я після проведених операцій. Щоб не давати справі розголосу, керівництво фірмою посилалося на юридичну сторону діяльності, стверджуючи, що вщеплення подушечок, це – бізнес, а невдалі операції, просто є наслідком помилок окремих лікарів, які понесуть сувору відповідальність перед законом.

Коли розпочалися судові справи, фірма їх програвала одну за одною. Втрати в грошах досягли 1 млн. доларів. Багато хто порівнював ці втрати з екологічною катастрофою.

На захист фірми активно стали лікарі-хірурги, які вщеплювали силіконові подушечки. Посилаючись на правову сторону своєї діяльності, свободу вибору людини тощо, вони намагалися довести, що якщо судові інстанції звинуватять у чомусь фірму, сотні тисяч жінок після операції на рак грудей будуть нещасними, і не тільки з естетичної точки зору. В суспільстві виникла дискусія: “Чому так непохитно і завзято захищають імідж фірми лікарі?” А тому, пише Гріффін В.Ріккі, що лікарі за імплантацію силіконових вкладок отримували величезні гонорари. Чи мали вони право робити такі операції? – ставили запитання люди, читаючи репортажі з залу суду. І впевнювались, що так, адже фірма діяла в правовому полі. Вона платила податки і не малі, а вщеплення силіконових подушечок користувалось величезним попитом. Не утаювали своїх заробітків і лікарі. Вони теж платили великі податки. Але річ у тім, що керівництво фірми добре знало, в який спосіб були отримані необхідні правові документи, здогадувались про це і лікарі. Отже, посилення на “законність” їх діяльності, пише американський вчений, було, виражаючись спортивною термінологією, “на грані фолу” в правовому режимі і аморальне в етичному.

Нормальна бізнесова етика в стосунках з клієнтами, пише Гріффін В.Ріккі, включає в себе вимогу, згідно з якою вироблена продукція має відповідати всім вимогам безпеки. Разом з тим, поведінка менеджерів стосовно конкурентів повинна бути продиктована через призму як права, так і етичних норм. Штучне заниження цін з метою витіснення конкурента з ринку, розміщення в рекламах фальшивих даних про діяльність конкурента є разючим

прикладом порушення фінансової і господарської етики в цілому, наголошує американський вчений [4]. Прикладів порушення етичних норм можемо навести безліч в діяльності українських підприємств, особливо в сфері так званої, за Титаренком В.Є. [5], недобросовісної конкуренції, основними методами якої є:

- економічне (промислове шпигунство);
- підробка продукції конкурентів;
- підкуп і шантаж;
- обман споживачів;
- махінації з діловою звітністю;
- валютні махінації;
- приховування дефектів, недоліків;
- незаконне використання чужої торгової марки;
- продаж продукції за цінами, нижчими від ринкових, з метою підризу позицій конкурента;
- невинуватене підвищення рівня оплати праці з метою залучення персоналу конкурентів у свою фірму;
- таємна змова конкурентів на торгах;
- поширення недостовірної інформації;
- фізичне знищення конкурента;
- розголошення комерційної таємниці конкурента;
- необ'єктивна реклама тощо.

Виділені методи свідчать про те, як може тісно бути переплетений зміст правових і етичних норм. Тож саме в сфері конкуренції, зазначають зарубіжні і вітчизняні економісти, деякі власники підприємств намагаються використати “шпарини” в законодавстві, щоб отримати сумнівні зиски. Конкуренція, пише інший український вчений, Л.Н. Семенова, не може діяти автоматично за рахунок свого “внутрішнього” механізму. Це пов'язано з тим, наголошує вона, що в ринкових системах підприємці завжди намагаються уникати конкуренції і забезпечити собі легке життя, здобути переваги шляхом використання ринкової влади, а не важкої боротьби за якість та ефективність. І прикладом такої поведінки, зазначає Л.Н. Семенова, можуть бути дії концерну “Укргаз”. Згаданий концерн є єдиним в Україні підприємством, яке займається експлуатацією побутових газових мереж. Тобто займає монопольне становище на ринку цих послуг. У 1993 р. концерн “Укргаз” видав розпорядження, згідно з яким газові мережі могли бути введені в експлуатацію за умови, якщо вони обладнані газовими лічильниками сімох визначених концерном фірм. Підприємців-виробників якісних лічильників, які пропонували свою продукцію, в тому числі українських, було набагато більше. Малі підприємства, які підписали контракти з фірмами, не включеними до переліку, визначеного “Укргазом”, мали понести великі збитки. Одночасно концерн намагався розподілити ринки лічильників, встановивши, що кожний тип газових лічильників обслуговується конкретним обласним виробничим об'єднанням газового господарства. А це обмежувало права споживачів щодо купівлі лічильників інших виробників і навіть на кращих умовах. Поза всяким сумнівом, такі дії були потрібні керівництву концерну “Укргаз”, оскільки вони допомагали усунути з ринку небажаних конкурентів, не потребували проведення підготовки фахівців з обслуговування численних

марок лічильників, закупівлі або виготовлення великої кількості різних запасних частин. Монополіст намагався покращити своє життя, незважаючи на те, що потерпали споживачі, можливі постачальники та конкуренція на ринку. Тож цілком слушно, наголошує Л.Н. Семенова, Антимонопольний комітет України кваліфікував ці дії як зловживання монопольним становищем і висунув вимоги щодо відміни розпорядження концерну [6]. А клієнти втратили довіру як до самого керівництва, так і до фірми загалом.

Випадки використання ринкової влади всупереч інтересам суспільства і окремих фірм, стверджує Л.Н. Семенова, здійснюються в Україні дуже часто. Тільки за період з 1994 по 1998 р.р. до антимонопольних органів України, пише вона, надійшло близько 1000 заяв, по більшості з яких були відкриті судові справи про порушення. Ці явища не можна розглядати тільки як спадок, що залишився від адміністративно-командної системи, за наявності єдиного, в особі держави, власника, високого ступеня концентрації в економіці тощо. Вони вже з'явилися, хоч і в умовах перехідного періоду, але свідчать про нехтування моральними засадами, хоча з боку права маргінально все виглядає пристойно [6].

Особливо етичні і правові норми тісно переплетені в стосунках менеджера з інвесторами і акціонерами. Вже згадуваний нами Гріффіні В.Ріккі наводить приклади, коли генеральний директор фірми Regina Co Inc., використовуючи прогалини в праві, довгий час маніпулював документами, що створювалось враження, ніби фірма не має ніяких фінансових проблем, в той час як вона постійно терпіла збитки. Знав про це генеральний директор і кілька його довірених людей. Коли представники податкової комісії стали виявляти порушення, ці довірені люди намагалися внести “корективи” в звітні документи і так заплутали справу, що довелося створювати ще одну ревізорську групу [4].

Багатьом людям, зазначають американські і західноєвропейські економісти, сфера підприємницької діяльності здається малозрозумілою і нудною. Образ цієї сфери у пересічного громадянина часто тісно пов'язується з людьми, які сидять за столами, заваленими горами звітних документів, схем, інноваційних проєктів тощо. І коли виникає питання про впровадження в підприємницьку діяльність етичних норм, багато з фахівців про людське око погоджується, що таке впровадження вкрай необхідне, але немало з них в дійсності широкі переконані, що підприємницька діяльність – це передусім сфера дії права, а не етичних засад. Проте, як слушно пише Дженніфер Джексон, в економічних акціях діють передусім люди, яким зовсім не байдуже, яким шляхом здобувається зиск. “Згідно з засадами макроетики, – підкреслює вона, – бізнес повинен йти дорогою, яка приводить до прибутків, але ця дорога має три акценти – від нещадної конкуренції через букву закону і до діяльності, яка відповідає духу взаємної пошани, довіри і відповідальності. І тут мова зовсім не ведеться про відмову від прибутку і про шляхетний, безінтересовий альтруїзм. Мова йде про усвідомлення факту, згідно з яким, моральність в бізнесі, зрештою, приносить зиск” [7]. Якби не етичні норми, стверджує вона, “...економічне життя просто обмежилося б примітивною торгівлею” [7].

Законослухняна людина, перш ніж стати такою, повинна бути високоетичноцінною. Права або бояться і роблять все, як потрібно, або шанують його і теж роблять все правильно. Але в першому випадку можна бути аморальною людиною і в підприємницькій діяльності не виходити за межі норм прийнятих відповідними інституціями із-за страху кари, а в другому випадку робити все як потрібно, тому що в людини є почуття обов'язку, відповідальності, внутрішнього імперативу, як писав німецький філософ І. Кант. Всяке

порушення підприємцем встановлених в суспільстві норм, викликає у людей протест. Тобто порушення правових норм, хоч і розглядається високоморальною людиною як щось філософсько зовнішнє, але зміст цих норм, кореспондує з її моральними засадами, співзвучний її еству.

В “Кодексі етики господарської діяльності”, прийнятому у Польщі в 1994 році, записано: “Засади етики в господарській діяльності не повинні суперечити праву” [8]. Але трохи раніше, в 1991 р. на з’їзді лікарів Польщі з особливою силою наголошувалось: “Вважаємо, що формування етичних засад повинно випереджати правові модифікації, мало того, ці засади повинні впливати на формування правових принципів” [8].

Про щось подібне вже говориться і в Україні. Виступаючи на Науковій конференції в Хмельницькому, присвяченій проблемам підприємництва в малих підприємствах, один з її учасників, підприємець В. Старшинов, у своєму виступі з особливою силою наголосив, що вже давно назріла необхідність розробки та впровадження “Етичного кодексу підприємця”, який надавав би підприємницькій діяльності гуманних обрисів. Гуманізм в бізнесі, зазначив Старшинов, має як етичний, так і суто прибутковий характер. Адже не є випадковим, підкреслив він, що економічний успіх підприємств в розвинутих країнах є пронизаний засадами етики і, зокрема, християнської. Прикладом можуть бути, зазначив В. Старшинов, діяльність в Києві міжконфесійної організації “БОАЗ”, американської фірми “Джонсон і Джонсон” тощо [9]. Християнський лібералізм, підкреслював підприємець, є світоглядною основою західної моделі бізнесу, для якого ділова активність – це форма служінню ближньому, часто жертвоне і самовіддане, у якому гроші іноді відіграють чисто технічну роль [9]. Така модель бізнесу, зазначив він, все більше і більше впроваджується і в Україні, але потрібен ще деякий час, щоб вона стала повсякденною парадигмою в житті підприємливих людей нашої країни.

В підприємницькій діяльності фірм, зазначають англійські економісти, як і в інших видах діяльності, до того ж самого об’єкта можна підходити з різних позицій і по-різному його інтерпретувати [10]. Подібно до того, як поет чи представник туристичної фірми можуть один і той самий краєвид описувати відповідно до свого фаху, так і в економіці. Ні для кого не є таємницею, що багато фірм мають подвійну і потрібну бухгалтерію. І прикладів такої “творчої бухгалтерії”, зазначають Chrissydes George D. і Kaler John H., можна навести безліч. Наприклад, певна фірма, прибутки якої в поточному фінансовому році дуже скромні, може прийняти рішення продати частину свого капіталу, а гроші, виторговані від продажу, трактувати як прибуток. Це може заспокоїти акціонерів, хоч ясно, що фірма такі заходи не може здійснювати безконечно. Інший метод збільшення прибутків називається “бухгалтерське багатство”. Згідно з правом, яке діє в Англії, якщо фірма володіє більше ніж 20 % майна (акцій) іншої фірми, то вона може цілком законно прибутки, отримані від 20 % іншої фірми, додати собі в актив, як свою власність. Те саме можна, якщо це вигідно, подати в звітах це як збитки [10]. Іншою формою “творчої бухгалтерії” є приписки гіпотетичної фінансової цінності нематеріальним активам. Тож не є дивним, пише Elaine Sternberg, що вартість багатьох фірм є значно більшою, ніж вартість їх матеріальних активів [11]. Наприклад, зазначають Chrystidess і Kaler, фірма “Coca-Cola” має неабияку славу і ціну, тому що може підняти з “дна” всяку фірму, яка купить таку назву. Звичайно, цей приклад гіпотетичний (фірмі „Coca-Cola” її слава далася величезним коштом, в цю славу вкладено неймовірні зусилля десятків тисяч безіменних її працівників). Але з

юридичної точки зору така операція є можливою. А з етичної? Звичайно ж ні, підкреслюють англійські економісти. Така акція завела б в оману тисячі споживачів, для яких слова „Coca-Cola”, –це гарант якості, безпеки для здоров’я [10].

Аналізуючи роль права і моральних норм в підприємництві, необхідно мати на увазі, що в теоретичному плані, підприємницька діяльність, як діяльність творча, новаторська, не може *sensu stricto* бути закована в залізні пута правових і етичних положень назавжди. Сучасні правові і етичні норми, в межах яких розвивається підприємництво, виникли в результаті раніше порушених норм. “Положення, які порушуються з якоїсь причини сьогодні, – стверджує американський економіст і соціолог Карет Морган, – перед цим прорухувались тисячу разів і це було частиною нормального процесу праці, тому що розвиток останнього є неможливим без зміни попереднього, старого права” [12]. Звичайно, було б неправильно розглядати кожне ламання права як “творчість.” В умовах українських реалій таких прикладів “творчості” стільки, що для їх редукції варто було б в кілька разів збільшити кількість правоохоронних інституцій. Разючим прикладом порушення права в псевдопідприємницькій діяльності малих підприємств може бути функціонування так званого конвертаційного центру в Жовтневому районі Дніпропетровської області, про що писала українська преса [13]. Чотири молоді людини віком від 24 до 35 років зареєстрували сім малих підприємств для нелегальної “обналічки” грошових коштів. Цією групою “підприємців” був старанно відпрацьований ланцюг рахунків на підставних осіб. Таким чином, “безналічка” перекачувалася в “тінь”, обходячи податкові структури. Починаючи з середини 2001 року, в тіньовий оборот надійшло понад 80 млн. грн. Сумним є те, що ця бурхлива діяльність “підприємців” проходила під вівіскою трьох цілком легальних підприємств, які спеціалізувались по наданню аудиторських послуг.

Для ліквідації “конвертаційного центру” було створено чотири слідчо-оперативні групи, проведено обшуки в офісах і квартирах членів цього малого бізнесу. В результаті активних правоохоронних дій було конфісковано 246 тис. грн. в сейфах, 17 печаток фіктивних підприємств, 7 комплектів комп’ютерної техніки, понад 1000 незаповнених бланків документів з відтисками фірм-фантомів тощо. Взяття під арешт активів “конвертаційного центру” дало змогу заблокувати на їх рахунках понад 500 тис. грн.

Подібний конвертаційний центр розгорнув бурхливу діяльність і в Києві, який очолювала 30-річна “бізнес-леді”. Два київські офіси “конверта” і системи модемного зв’язку відслідковували рух засобів по банківських рахунках, здійснювали махінації за межами України, оформляли документацію фіктивних підприємств з контрагентами. “Підприємці” реєстрували комерційні структури, використовуючи загублені і підроблені документи, відкривали для них рахунки у добре відомих акціонерних банках Києва і за його межами. Гроші перераховувались під договори, забезпечені фальшивими накладними, на рахунки фіктивних підприємств. Засоби конвертувались в готівкові долари, євро, гривні, а потім з відрахуванням відсотків за послуги конвертації присвоювались керівниками підприємств-замовників. Щоденний оборот “центру” становив понад 1 млн. грн. Мале “підприємство” процвітало до початку розслідування і виставлення звинувачення по двох статтях Кримінального кодексу: за фіктивне підприємництво і легалізацію грошових засобів, набутих злочинним шляхом [13].

Але економіка України поволі розвивається, проте, дивлячись на асортимент промислових товарів в наших магазинах, неважко зауважити, що більшість з них імпортного

походження [14]. Мало того, величезна кількість харчових продуктів в магазинах, кіосках, на базарних столах тощо теж імпортна. І це відбувається в Україні, на території якої зосереджена третина чорноземів всього світу. До того ж, слушно зазначає В. Проскура, необхідно мати на увазі, що ці товари в більшості своїй, куплені за рахунок кредитів, наданих Україні міжнародними організаціями. Тобто отримані кредити витрачаємо на фінансування іноземних виробників, а своє виробництво нищимо та ще й платимо відсотки за використання кредитів. Діяльність тих, хто сприяє такій політиці на “грані фола” права, є цілком аморальною з точки зору етичних норм [14]. Немає тут і натяку на те позитивне ламання права, про яке говорить американський вчений К. Морган.

І все-таки, аналіз економічної діяльності малих підприємств свідчить про те, що в умовах мало захищеного внутрішнього ринку, попри всі негаразди, малі підприємства України намагаються стати “на ноги”, створити відповідне підприємницьке середовище в нашій країні і це заслуговує на розуміння і правову та моральну підтримку.

Висновки. На основі сказаного можна зробити такі висновки:

1. Історія ведення підприємницької діяльності в Україні впродовж століть спиралася не тільки на правові, але і на моральні засади, а саме: поваги до влади, чесності в бізнесових операціях, пошанування партнера, професіоналізмі тощо.

2. Вже в перші роки незалежності України, Верховна Рада прийняла багато законодавчих актів, які спрямовували підприємницьку діяльність в малих фірмах в русло права. На жаль, в умовах українських реалій, в діяльності малих фірм правових норм не завжди суворо дотримувались. Причиною цього була відсутність досвіду підприємців діяти на засаді моральних норм і правил. Християнські принципи “не кради”, “не свідчи неправдиво на свого ближнього,” “шануй і люби ближнього свого” тощо, на основі яких формувалася підприємницька діяльність в Україні до жовтня 1917 р. та на Заході, в нашій країні на початку 90-х років минулого століття розглядалися як щось екзотичне, не пов’язане з реаліями сучасного українського суспільства. І лише сьогодні вони поволі стають нормами життя в підприємницькій діяльності малих підприємств.

3. Неігноруючи дотримання правових норм в процесі діяльності малого підприємства і спираючись на концепції вітчизняних і зарубіжних економістів, автор вважає, що в загальному плані центр ваги необхідно переносити в етичну сферу. У величезному масиві фахової літератури стосовно вищевказаної проблеми: “право чи мораль?” майже в усіх працях вітчизняних і зарубіжних вчених лейтмотивом проходить думка про те, що якщо ті чи інші правові положення діяльності малої фірми не запліднені засадами моралі, в такій фірмі після певного виробничого злету настає спад: в гру вводяться принципи економічної етики, особливо тієї її частини, яка становить оточення малого підприємства. Автор прийшла до висновку, що у підприємницькій діяльності співвідношення “право–мораль” етичні засади повинні випереджати правові модифікації, мало того, ці засади повинні впливати на формування правових принципів.

4. Аналізуючи праці українських вчених (Б. Гаєвського, М. Долішнього, С. Давимуки, А. Заїнчковського, Є. Крикавського, В. Проскури, Т. Смовженко, Н. Чухрай, В. Юрчишина та ін.) і зарубіжних (З. Довгіалло, Д. Джексон, Е. Козень, К. Моргана, Ю. Пенса, К. Райхеля, Е. Стайнберга та інших), автор прийшла до висновку, що дотримання вільної і відкритої конкуренції, впровадження правових норм, виключення негативних вчинків і шахраювання, чесна гра – все це може мати більше місця в етичних нормах, ніж в правовому полі. Право

активно бореться з порушниками, але воно плинніше, і тому в ньому є різного роду шпарини, які часто успішно використовують нечесні підприємці для своїх нечесних операцій. Норми моралі більш гнучкі, не закуті в суворі параграфи і запліднені основами християнської етики більш ефективно діючі.

5. Іноземний досвід (зокрема діяльності малих підприємств в США і Англії) свідчить про те, що малі підприємства досягали високої рентабельності і реноме в регіоні в тому випадку, коли вони в підприємницькій діяльності суворо дотримувались етичних принципів як з боку керівників, так і з боку рядових працівників фірм.

1. Палеха Ю.І. Ділова етика. –К, 2000. 2. Goodpaster K. *Ethical Imperatives and Corporate Leadership // Ethics in Practice: Managing the Modern Corporation.* –Cambridge: Harvard Business School Press,1989. – P. 217. 3. Ryan V.Leo. *Etyka a wyniki finansowe firmy: amerykański punkt widzenia // Etyka biznesu w działaniu. Doświadczenia i perspektywy.* – Warszawa, 2001. 4. Griffin W.Ricky. *Podstawy zarządzania organizacjami /* – Warszawa, 1998. – S. 141–142. 5. Титаренко В.Є. *Етимологія та дефініція конкуренції: аналіз та систематизація // Вісник Національного університету “Львівська політехніка” “Логістика”.* – 2002. – № 446. – С. 105. 6. Семенова Л.Н. *Антимонопольне і конкурентне право.* – К., 1999. – С. 9. 7. Jackson Jennifer. *Biznes i moralność.* – Warszawa, 1999. 8. Banajski Ryszard. *Treści aksjologiczne kodeksów etycznych regulujących sferze życia gospodarczego // Etyka biznesu. Doświadczenia i perspektywy.* – Warszawa, 2001. – S. 329. 9. Старишинов В. *Соціальні, гуманітарні та інформаційно-інтелектуальні передумови становлення і розвитку підприємництва в Україні // Становлення і розвиток підприємництва в Україні.* – Хмельницький, 1999. – С. 24–25. 10. Chryssides George D., Kaler John H. *Wprowadzenie do etyki biznesu.* – Warszawa, 1999. – S. 362. 11. Sternberg Elaine. *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu.* – Warszawa, 1998. – S. 185–186. 12. Morgan Gareth. *Obrazy organizacji.* –Warszawa, 1997. – S. 191. 13. *80 миллионов в «тень» – за полтора года // Газ. «Сегодня», 2002, 23 октября.* – С. 5. 14. Проскура В. *Проблеми і перспективи розвитку бізнесу в галузях виробництва товарів особистого споживання і торгівлі ними // Становлення і розвиток підприємництва в Україні.* – Хмельницький, 1999. – С. 90–91.