

СУТНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЕТИКИ В БІЗНЕСІ

Пилипенко Р.В., гр. ГРС-39

Науковий керівник – ст. викл. **Варипасва Л.М.**

Харківський державний університет харчування та торгівлі.

Слово «етика» (грецьке *ethika*, від *ethos* – звичай, вдача, характер) звичайно вживається у двох змістах. З однієї сторони етика – це область знання, наукова дисципліна, що вивчає мораль, моральність, їхнє виникнення, динаміку, фактори й зміни. З іншого боку, під етикою розуміється сама сукупність моральних правил у тій або іншій сфері поведінки людини або організації. Як позначення особливої області знання цей термін уперше вжив Аристотель. Поняттям «етос» позначають погоджені правила й зразки життєвого поведінки, уклад, стиль життя якого-небудь співтовариства людей (стану, професійної групи, соціального шару, покоління й т.п.), а також орієнтацію якої-небудь культури, прийняту в ній ієрархію цінностей.

Безпосередній зв'язок етики з життєвою практикою добре простежується в сфері, так званої професійної етики, що являє собою систему моральних вимог до професійної діяльності людини. Одним з видів професійної етики є етика ділових відносин. Вона виникла порівняно пізно на основі загальної трудової моралі. У свою чергу, основне місце в етиці ділових відносин займає етика бізнесу (підприємництва). Вона містить у собі етику менеджменту (управлінську етику), етику ділового спілкування, етику поведінки й ін.

Бізнесмен, як відомо, у першу чергу – керівник. І особливе, пріоритетне значення етика бізнесу має в керуванні. Економічна мета підприємництва – опосередкування особистого інтересу кожного співробітника підприємства, що забезпечує інтеграцію колективу для досягнення загальної мети, створює основу для морального менеджменту.

Та обставина, що результати підприємницької діяльності в умовах ринку визначаються, насамперед, якістю роботи бізнесмена з людським матеріалом, що перебуває в його розпорядженні, визначає особливу значимість психологічних факторів.

Етика менеджменту останнім часом починає перетерплювати істотні метаморфози. У цей час ідуть у тінь такі загально визнані цінності, як слухняність, ієрархія, дисципліна, кар'єра, влада, централізація й ін. На самий передній план приходять такі цінності як самовизначення, колектив, участь, орієнтація на потреби, особистість і її розкриття, творчість, інновація, здатність до компромісів. Зміна ціннісних орієнтирів привнесло радикальні зміни в етику бізнесу, у теорію й практику менеджменту.