

ЕТИКА БІЗНЕСУ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Етика бізнесу (комерційної, підприємницької, будь-якої іншої дозволеної законом діяльності задля отримання прибутку) є складовою етики ділових, відносин. Ці відносини охоплюють не тільки виробничу, організаційну, правову сфери, бо навіть дуже близькі люди (рідні, друзі, кохані) час від часу є їх суб'єктами, наприклад при розподілі спадщини, спільному придбанні житла, транспортних засобів або співпрацюючи в одній організації.

Функціонування етики бізнесу пов'язане з неоднозначним трактуванням такої філософської проблеми, як сумісність (несумісність) бізнесу і моралі, а відповідно, і науки про неї. Уже не одне століття у західному світі вважають нормальним (природним) суспільство з ринковою економікою і нормальною (природною) поведінку людини – ринкову поведінку.

Неринкова поведінка розцінюється як ненормальна, неприродна, штучна, як потворний наслідок втручання у приватне життя особи зовнішніх щодо неї сил, передусім держави.

Спроби побудувати суспільство на засадах суспільної власності, яка унеможливило функціонування ринкової економіки і відповідну поведінку людей, зазнали краху. З'ясувалося, що позбавлені змоги реалізувати власні егоїстичні, індивідуалістичні прагнення люди стають пасивними, безініціативними, нездатними самостійно приймати рішення і діяти, перекладають відповідальність за своє соціальне буття на державу, проявляють гіпертрофовані сподівання на «сильну руку», що породжує безліч моральних проблем.

Теоретико-методологічною основою наукового розуміння співвідношення етики і бізнесу є вчення про людину, її сутнісні сили, різноманітні відношення до світу (практично-утилітарне, моральне, естетичне тощо). Вступаючи у певне відношення, людина орієнтується на відповідні цінності: за естетичного відношення – на красу; за морального – на своє уявлення про добро; за практично-утилітарного – на користь, матеріальну вигоду.

Йдеться про локально-ситуативні відношення людини до дійсності, в яких вона постає переважно в одній зі своїх ролей, виявляючи при цьому одну із своїх сутнісних сил. Інші її сутнісні сили у той час ведуть себе пасивно, а відповідні «відсіки свідомості» деактуалізуються, витісняються на периферію.

Етика бізнесу розглядає взаємозв'язок цілей і засобів підприємництва, вплив дій підприємця на своє становище і становище працівників фірми, суспільства. До її компетенції належить дослідження моральних аспектів законодавства у сфері праці, трудових відносин і розподілу суспільного продукту.

В цьому контексті вона найчастіше послуговується категорією «справедливість», розмірковуючи над різними вимірами справедливості конкретних законодавчих актів і норм. Водночас вона дуже чутлива до чинників, покликаних забезпечити гармонійне співвідношення інтересів власника й інвестора, роботодавця і працівника, замовника і постачальника, фірми і споживача.

Не може вона бути байдужою і до таких питань, як існування бідності широких мас і зосередження значних багатств у руках незначної кількості населення, відносини малих і великих фірм, конкуренція, лобізм, ціноутворення, правдивість реклами. Темпераментно реагує етика бізнесу на проблеми збереження навколишнього природного середовища. З цих та багатьох інших питань вона переконує, що мінімальний моральний обов'язок бізнесу полягає в тому, щоб не шкодити суспільству, людині, довкіллю.

Попри безумовну формальність, нерідко імперативність своїх положень, етика бізнесу має бути особливо динамічним феноменом, щоб не тільки не гальмувати процеси у сфері бізнесу, а й стимулювати їх розвиток у напрямі утвердження все вищого рівня справедливості і гуманізму. Моральні аспекти бізнесу на макрорівні залежать від держави, її міжнародних зобов'язань, на мікро рівні – від підприємця, культури внутрішньофірмової поведінки. Це зобов'язує етику бізнесу приділяти особливу увагу особі керівника (менеджера), оскільки людина, яка займається бізнесом є не тільки особистістю і громадянином, а й керівником певних груп людей, що накладає на неї додаткові обов'язки.

Досліджуючи ці обов'язки, а також необхідні для їх реалізації умови, етика бізнесу аналізує типові ситуації крізь призму основних своїх принципів і вимог. Багато уваги приділяє вона тим аспектам відносин бізнесу і суспільства, які за певних умов можуть завдати шкоди людям, породжувати несправедливість або деградацію особистості. Наявність переконливої етики бізнесу ще не є передумовою досконалого законодавства у сфері бізнесу, високої моралі підприємців.

Формування такої моралі передбачає підпорядкування індивідуальних дій загальнолюдському стандарту відносин у сфері бізнесу, використання національних традицій ділової взаємодії.

МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В ринкових умовах господарювання дуже суттєво змінюється роль працівника, який з пасивного виконавця перетворюється на активного учасника роботи підприємства, може й бажає брати участь в управлінні, прийнятті рішень як тактичного, так і перспективного значення.

Людський чинник стає головним фактором роботи підприємства будь-якого типу господарювання, особливо малого підприємства, а витрати на персонал, на його розвиток вважаються першочерговими інвестиціями підприємств.

На сьогодні все більше зростає роль людського чинника на малому підприємстві, що і привертає увагу науки до цієї проблеми. Аналіз досліджень і публікацій з проблеми показав, що її вивчають відомі вітчизняні теоретики та практики, серед яких варто відзначити О. Артюшину, В. Данюка, М. Дороніну, О. Кендюхова, О. Кошулько, В. Петюха та ін. Проте, питання стосовно менеджменту персоналу є дискусійними та залишаються відкритими для подальших досліджень.

Для досягнення максимального позитивного результату в менеджменті персоналу необхідно визначити це поняття.

Так, іноземні вчені вважають, що він являє собою системно організований процес відтворення та ефективного використання персоналу самоврядної організації. Провідними цілями менеджменту персоналу є підвищення ефективності функціонування організації та поліпшення якості трудового життя персоналу. Таке бачення системи менеджменту персоналу є досить вдалим та зосереджено на системному підході до управління, що підвищує ефективність роботи підприємства.

Інтерес представляє трактування управління персоналом як діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства та особистісних цілей. Перші, традиційно, пов'язуються з забезпеченням ефективності підприємства. Причому ефективність іноді розуміється у вузькому значенні – як отримання максимального прибутку.

Однак дедалі частіше ефективність розглядається не тільки в економічному плані – як економічність, якість, продуктивність, нововведення, прибуток, а і в більш широкому контексті й пов'язується з такими поняттями особистісного, психологічного плану, як задоволеність співробітників своєю працею, участю у трудовому колективі підприємства, високий рівень самооцінки колективу, мотивація персоналу до ефективної праці.

Переваги такого визначення полягають у тому, що розгляд мети та призначення персоналу у даному трактуванні є досить повним та розгорнутим. Особливо підкреслюється ефективність використання людської праці задля збільшення продуктивності підприємства.

Для більш детального розкриття сутності менеджменту персоналу, варто звернути увагу на діяльність менеджера персоналу на малому підприємстві.

Тут, враховуючи малу чисельність працівників, управління персоналом має низку специфічних особливостей:

- функції управління (планування, організація, мотивація та контроль), як правило, можуть поєднуватись працівниками;
- підприємства малого бізнесу можуть працювати як за наявності організаційної структури управління так і без неї;
- як правило, в організаційних структурах управління відсутній середній рівень управління. Його завдання перекладаються на ланки вищого та нижчого рівнів управління;
- методи управління (економічні, адміністративні, соціально-психологічні) використовуються у комплексі;
- вивчення досвіду діяльності підприємств малого бізнесу свідчить про те, що прийняття управлінських рішень відбувається, в основному, у тактичному режимі. Стратегічні рішення підприємства малого бізнесу приймають вкрай обережно, особливо під час кризи;
- відносини «керівник-підлеглий» у малому бізнесі суттєво відрізняються від структур середнього та великого бізнесу, вони є більш партнерськими.

Таким чином, враховуючи всі ці особливості в комплексі, та використовуючи їх системно, менеджер здатен створити на малому підприємстві організоване та збалансоване управління людськими ресурсами.

Важливим є використання прикладів реалізації системного підходу до управління персоналом через створення відповідних функціональних структур.

Також, на малих підприємствах менеджер має володіти навичками психолога. Оскільки, у разі створення приємного соціально-психологічного середовища на робочих місцях, менеджер здатен отримати більшу віддачу від працівників, ніж просто використовуючи стандартні методи мотивації та стимулювання робітників. Тому що мотивація є головним завданням керівництва при організації працівників на досягнення цілей підприємства.

В.А. Віннікова, ст. викл. (ХДУХТ, Харків)

МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Значущість сфери послуг в Україні обумовлена її історично сформованою роллю соціально-економічної системи, що здійснює свою діяльність з метою задоволення потреб населення країни. Господарська діяльність підприємств сфери послуг є складовою частиною економічної системи України. Виходячи з цієї обставини, усі зміни, що характерні для сучасного рівня розвитку економічних відносин України, впливають на стан сфери послуг. Таким чином, сучасний стан системи сформувався під впливом загальноекономічних факторів розвитку