

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ЕТИКИ БІЗНЕСУ

Сидоренко С.В. (м. Запоріжжя)

Анотація

В статті дається аналіз теоретико-методологічних засад етики бізнесу, визначаються теоретичні і практичні засади бізнесу як соціального феномена, підходи, що розглядають взаємозумовленість моральності та підприємницької діяльності; підходи, що розкривають розуміння моделі підприємницької етики згідно з соціальною відповідальністю бізнесу; фактори оптимізації соціально-психологічного клімату в колективі; умови самовдосконалення менеджера як запорука успіху в бізнесі.

The article analyzes the theoretical and methodological foundations of business ethics, defined theoretical and practical principles of business as a social phenomenon, approaches that focus of morality and business, approaches that reveal the understanding the models of business ethics in accordance with the social responsibility of business; factors to optimize the social and psychological climate in the community, environment manager self as key to success in business.

Ключові слова

ЕТИКА БІЗНЕСУ, МОРАЛЬНІСТЬ, МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ЕТИКИ, СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ, САМОВДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖЕРА, ОПТИМІЗАЦІЯ

Вступ

Актуальність дослідження бізнесу в останні десятиліття викликане, по-перше, нагальною потребою відповісти на низку непростих питань, пов'язаних з вирішальною роллю людини як носія багатства у розвитку всіх сфер глобального суспільства; по-друге, розвитком сучасного світу як однополюсної системи, що зобов'язує людину до пошуку шляхів самореалізації, самоідентифікації, творчості, інновацій на основі позитивного екзистенційного самовідчуття; по-третє, проблемою ефективною соціально-психологічної адаптації особистості в соціальному середовищі загалом, в окремому колективі, зокрема, що відповідає практичним потребам цивілізованого суспільства, оскільки успішна соціальна адаптація означає її активне включення до соціуму, набуття в ньому значимого статусу, завоювання поваги; по-четверте, в умовах кризового буття для підприємця чи керівника є важливим слідування моральним нормам, законам без яких не можна поставити егоїзм бізнесу на службу соціальним інтересам, адже моральний бізнес приносить максимальний прибуток, він найбільш вигідний, тому, що є передбачуваним. **Праксеологічні аспекти етики бізнесу** – це умови, правила, методи інтелектуальної, інноваційної, творчої діяльності

людини в підприємницькому просторі з метою підвищення ефективності праці. На даний момент етика бізнесу є незалежною дисципліною, що використовує дані емпіричних та теоретичних досліджень практично всіх галузей сучасного бізнесу з метою здійснити "розширення свідомості" суб'єктів бізнесу.

Мета статті

- обґрунтувати концепцію етики бізнесу в сучасних умовах;
- визначити сутність і основне призначення етики бізнесу в умовах глобалізації;
- розкрити моделі підприємницької етики;
- дати аналіз проблем етики бізнесу в сучасних умовах.

Обговорення проблеми

Етика бізнесу являє собою вивчення відповідності моральних норм людини діяльності і цілям ділової організації, інструмент аналізу і рішення проблем, що встають перед моральною людиною, що займається бізнесом.

В контексті етики бізнесу розповсюдженою є теорія доброчесності, яка заперечує факт того, що етичні стандарти бізнесу розходяться із середніми міжособистісними стандартами (Аристотель, Р.Соломон, Е.Макінтайр). Дії індивіда у певній моральній ситуації залежать від тих характерних особливостей, які він розвиває впродовж усього свого життя. В ідеалі індивід намагається розвивати ті риси характеру, які призводять до моральних дій, відомих як чесноти. Поборники етики доброчесності доводять, що певні риси характеру розвиваються у вчинках, які відображають ці характерні риси, і наступні риси закріплюють розвиток цих рис характеру. Чесноти, які роблять особистість моральною, є відображенням тих чеснот, які приносять їй успіх у бізнесі. Чесноти, які мають для нас суспільну цінність, такі, наприклад, як лояльність і справедливість, мають величезне значення й для успішного бізнесу. Отже, замість того, щоб заохочувати ті неморальні вчинки, які можуть сприяти веденню бізнесу, необхідно, щоб його структури заохочували ту етичну поведінку, якої вимагають від особистості в її житті поза світом бізнесу. Теорія доброчесності визнає: кожний аспект життя людини може бути "об'єднаний у взаємозалежне ціле", яка включає в себе індивіда як бізнесмена, сім'янина, члена політичної спільноти тощо.

Підходи, що розглядають взаємозумовленість моральності та підприємницької діяльності: 1) **моралістичний** (М.Бердяєв, В.Соловйов, П.Флоренський, Л.Франк, В.Зінківський). У всіх сферах життєдіяльності людини необхідно дотримуватися моральних норм. Моральна поведінка відповідає християнській моралі, а тому потрібно розповсюдити основні принципи моралі також і на всі сфери бізнесу; 2) **прагматичний** (М.Вебер, П.Козловські, Д.Белл). Бізнес повинен бути моральним не тому, що необхідно у всьому слідувати християнській моралі. Неможливо планувати ділові взаємовідносини з партнером,

поведінку котрого неможливо передбачити. Підприємцям, які планують роботу на перспективу й турбуються про розвиток бізнесу, необхідно думати про те, щоб і вони самі, і їхні партнери дотримувалися моральних норм. Етика бізнесу спрямована на розрізнення етичного та неетичного, визначає правила культурних, цивілізованих відносин у будь-яких ділових справах рівноправних, незалежних партнерів, зацікавлених в поєднанні зусиль для вирішення проблем організації, інтереси якої вони представляють.

Основні принципи етики бізнесу: відповідальність бізнесу - від блага акціонерів до блага його ключових партнерів; економічний і соціальний вплив бізнесу - до прогресу, справедливості та світової спільноти; етика бізнесу - від букви закону до букви довіри; повага правових норм; підтримка багатосторонніх торгових відносин; турбота про навколишнє середовище; відмова від протизаконних дій. Вказані принципи забезпечують характер взаємовідносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства – організаціями, державою, суспільством. Макрорівневий підхід особливо важливий в умовах кризового буття, коли відбувається трансформація головних економічних інститутів. Недотримання етичних принципів на макрорівні призводить до постійної втрати зусиль на рішення етичних проблем на рівні трудових колективів. В даному контексті ми маємо справу з **підходами, що розкривають розуміння моделі підприємницької етики згідно з соціальною відповідальністю бізнесу та управлінськими рішеннями.** Розглянемо кожний з них. 1) В контексті **традиційного підходу** ділові організації повинні слугувати інтересам підприємців. Оскільки менеджери є найманими службовцями, то їх задача полягає у тому, щоб вести бізнес згідно з бажаннями власників. Головною метою бізнесу є використання власного потенціалу, виключаючи шахрайство та обман. 2) **Етичний підхід** спрямований на допомогу з боку організації зацікавленим групам осіб, наприклад, менеджерам, акціонерам, кредиторам, клієнтам, профспілкам, державним органам влади, оскільки вони впливають на досягнення головних задач та цілей фірми. 3) В межах **соціально-етичного підходу** менеджери та співробітники організації повинні нести відповідальність перед суспільством і спрямовувати частину власних коштів на його досконалість. Прихильники **етичного та соціально-етичного підходів** виступають за соціальну відповідальність, аргументуючи це тим, що програма соціальної відповідальності є засобом формування та підтримки позитивного публічного іміджу; етичний менеджмент та соціальна відповідальність послаблює негативний ефект впливу на організацію з боку державних та муніципальних органів влади; власники фірм та менеджери є членами суспільства, а тому повинні діяти згідно з етичними нормами та ідеалами; соціальна відповідальність оправдовує існування організації як елемента суспільства. В умовах кризового буття формується певний тип свідомості людей, який базується на масовому

відчуженні, втраті національної ідентичності, дезінтеграції соціальних норм, економізмі, конформізмі, розчаруванні та девіантності. Історія знає багато прикладів нестійкого економічного розвитку, але навіть в найтяжчих умовах люди виживали завдяки зверненню до духовних першоджерел. Виділимо **рівні, які впливають на формування духовності в організації**: етичні імперативи; нормативні акти, що регламентують поведінку співробітників фірми; колективи співробітників ділової організації; індивідуальні мотиви співробітників фірми; тренінги; зміни в корпоративній системі.

Кожне підприємство має власну систему моралі, але спостереження доводять, що люди ідуть на компроміс із власними цінностями під впливом умов ділової організації, в якій вони працюють. З метою підвищення етичності поведінки керівників і рядових співробітників можна використовувати заходи і методи, рекомендовані дослідниками етики бізнесу: **1) Етичні кодекси**. Вони описують систему загальних цінностей і правил етики, яких, на думку організації, повинні дотримуватись її **працівники**. Етичні нормативи розробляють з метою описати цілі організації, створити нормальну робочу атмосферу і визначити рекомендації для процесу прийняття рішень. Як правило, організації надають етичні нормативи своїм робітникам у вигляді надрукованих матеріалів. **2) Карти етики**. Це набір етичних правил і рекомендацій, що конкретизують етичний кодекс корпорації для кожного співробітника компанії. Також вони містять ім'я і телефон консультанта компанії з етичних питань. Метод активно застосовується в японських компаніях. **3) Комітети з етики**. Їх створюють деякі організації для оцінювання повсякденної практики, майже всі члени таких комітетів – керівники вищого рівня. Організації, що їх не створюють, наймають фахівця з етики бізнесу, так званого адвоката з етики. Його роль – вироблення позиції з етичних питань, пов'язаних із діями організації, а також з виконанням функції "соціальної совісті" організації. **4) Соціальні ревізії**. Їх запропоновано для оцінювання та упорядкування звітів стосовно соціального впливу дій і програм організації. Прихильники соціальної ревізії вважають, що звіти такого типу можуть свідчити про рівень соціальної відповідальності організації, а також з виконанням функції "соціальної совісті" організації. **5) Навчання етичній поведінці**. Його використовують організації для підвищення показників етичності поведінки керівників і рядових співробітників. При цьому робітників ознайомлюють з етикою бізнесу, що підвищує їхню сприйнятливність до можливих етичних проблем. **6) Етична експертиза**. Це всебічний аналіз конкретного аспекту діяльності організації, що викликає стурбованість вищого керівництва, персоналу або громадськості та може вплинути на імідж і перспективи організації. Результатом такої експертизи стає система пропозицій, спрямованих на поліпшення морального клімату і моральної респектабельності організації, а також внесення корективів у практику діяльності організації. **7) Етичне консультування**. Його

виконують, коли проблеми організації не можуть бути вирішені власними силами організації через складність і суперечливість ситуації, пов'язаної з конкретними моральними дилемами, для чого запрошують компетентних незалежних фахівців з етики бізнесу. Основними моральними критеріями сучасної підприємницької діяльності в умовах сучасної економічної кризи ми вважаємо наступні: культура ділової поведінки на ринку; професіоналізм, справедливість, довіра; завоювання репутації чесного, компетентного та порядного партнера; гідна конкуренція, об'єднання з однодумцями, які поділяють дані принципи.

Таким чином, моральними критеріями підприємницької діяльності є дії, що впливають із визнання пріоритету цінностей моралі, які не допускають перетворення здорової конкуренції та конфліктності у ворожість, озлоблення та недовіру. І тоді перемога одних хоча й може обумовити програш інших, але він не призводить до тотального знищення бізнесу тих, хто програв. Сама ж участь в економічній діяльності, що базується на духовних цінностях, надає можливість суб'єктам підвищувати ефективність економіки та моральну культуру суспільства, вдосконалюючи та гармонізуючи через трудові колективи.

Фактори оптимізації соціально-психологічного клімату в колективі. Одним із головних чинників, що впливає на ефективність діяльності, поведінку, психічне здоров'я колективу є соціально-психологічний клімат колективу. **Соціально-психологічний клімат** – це частина соціально-психологічного простору організації, психологічне поле, на якому розгортається діяльність кожного учасника процесу праці, "плацдарм життєдіяльності особистості". Кожен колектив має певну групу цінностей, які обумовлюють моральні стандарти підприємства, якість роботи персоналу. Серед **цінностей**, які впливають на позитивний соціально-психологічний клімат, виділяють наступні: співдружність, взаємодопомога, відсутність заздрощів, гуманістичні взаємини, взаємовідповідальність, почуття гумору. Чим більше турботи виявляє колектив щодо різноманітних сторін життєдіяльності особистості, чим більше уваги приділяє її матеріальним і духовним запитам, тим багатшим і яскравішим він є. Для психологічного здорового колективу характерними є висока моральна атмосфера, дружність, почуття обов'язку та відповідальності, взаємна вимогливість. Суттєвий засіб вплинути на якість роботи персоналу – створити здорову атмосферу роботи. Утиски, погрози звільнення, стан невпевненості у майбутньому не впливають на ефективність роботи в команді. Нездоровий психологічний клімат гальмує розвиток колективу і особистості в ньому. Він пов'язаний з негативними емоціями, які руйнують взаємини, знижують ефективність колективної праці. Г.В. Плеханов цю ідею визначав, що продуктивність праці досягне найбільшої висоти тільки там, де людина буде займатися улюбленим заняттям в оточенні симпатичних для неї товаришів.

Психологічними механізмами сприйняття і взаєморозуміння в колективі є: 1) **Ідентифікація.** Людина ніби ставить себе на місце іншої і визначає якби вона діяла у подібних ситуаціях. Методика Д.Карнегі, викладена ним у книзі "Як впливати на людей», заснована на механізмі ідентифікації. 2) **Емпатія** – це розуміння людей на рівні почуттів, прагнення емоційно відгукнутися на проблеми іншої людини. 3) **Рефлексія** – у соціальній психології під нею розуміється усвідомлення індивідом того, як він сприймається партнером у спілкування. Ці складові "душевного комфорту" опосередковано залежать від стилю керівництва в установі, який, у свою чергу, є похідним від особливості керівника.

Визначимо фактори, які впливають на негативний соціально-психологічний клімат колективу: 1) **Страх розкриття.** Ця проблема виникає в умовах, коли співробітники крокують за кордони своєї правдивості. 2) **Сутички інтересів.** Конфлікт інтересів виникає, коли особисті інтереси вступають у протиріччя з інтересами фірми. 3) **Людські взаємостосунки.** Етичні дилеми може спричинити необхідність ставитися до людини не тільки як до робочої сили. Припустимо, що зменшення обсягів продажу потребує звільнення 10% штату. Кого звільняти і за яких умов? 4) **Обман фірми.** Чи можна пробачити наклеп? Чи гарно зловживати владою? На підприємстві використовують наступні види тиску, що змушують деяких людей діяти аморально: 1) **Відомчий тиск;** 2) **Тиск безпосереднього керівника.** 3) **Тиск партнерів.** Найсильніший примус діяти неетично може надходити від колег. Такий тиск може прийняти форму примушення, викрадання ідей в інших працівників або ж приниження їхньої роботи, щоб самому просуватися по службі. Особливості прояву даної закономірності необхідно розглядати під час проведення формальних процедур оцінки, наприклад, атестації персоналу, оцінці поточних явищ в процесі професійної діяльності. В процесі роботи необхідно враховувати закономірності, які визначають особливості міжособистісного спілкування.

I. Закономірність неадекватного відображення людини людиною та неадекватності самооцінки.

Її смисл у тому, що жодна людина не може збагнути іншої, а також самої себе з усією повнотою для прийняття адекватних рішень відносно себе та інших людей. Будь-яка людина, аналізуючи результати праці, професійної поведінки, особистих якостей інших людей (колег, підлеглих, керівництва, зовнішніх партнерів та ін.) повинна дотримуватися максимальної виваженості та коректності. Мається на увазі, що будь-яка оцінка в певний проміжок часу не може бути остаточною. Людина, яка підлягає оцінці, має можливість розвитку та зміни власних здібностей, якостей та мотиваційних установок. Необхідно враховувати, що в певний момент часу людина може знаходитися у такому фізичному, інтелектуальному та емоційному стані, що у цілому не є характерним для неї і може змінитися досить швидко.

II. Важливе значення в

міжособистісних взаємовідносинах має **закономірність викривлення сенсу інформації**. Вона діє об'єктивно і тим сильніше, чим більша частина людей використовує будь-який масив інформації. В основі дії даної закономірності покладені такі обставини як багатоваріантність трактовки понятійного складу мови, різниця у сприйнятті інформації різними людьми та однією людиною в різні моменти часу. Розвиток у сприйнятті інформації обумовлено різним рівнем фізичного, інтелектуального, емоційного та мотиваційного стану людей, які розробляють, приймають та передають інформацію. **III. Закономірність психічного самозахисту**. Провідним мотивом соціальної поведінки є збереження особистого статусу, власної гідності людини. В повсякденному житті, в процесі професійної діяльності можна виділити декілька видів безпеки: зовнішня фізична; внутрішня фізична; юридична (або правова); соціальна; психологічна. Зневажання психологічною безпекою людини впливає на свідоме чи несвідоме зазіхання на провідні мотиви соціальної поведінки людини. Кожна людина активно чи пасивно намагається захиститися від такого зазіхання. В залежності від того, в якій формі такий захист відбувається, вона порушує взаємовідносини між людьми, створюючи між ними бар'єри у спілкуванні.

Бар'єри у спілкуванні – це перешкоди, які заважають правильному сприйманню іншої людини та взаєморозуміння з нею. Аналізуючи причину, через яку виник той чи інший бар'єр, можна у майбутньому його уникнути або внести корективи в подальше спілкування. Ще важливіше вміти прогнозувати, передбачати виникнення можливих бар'єрів, будувати тактику їх запобігання.

Серед бар'єрів спілкування виділяють такі: 1) **бар'єри психологічні**, які є наслідком прояву індивідуальних характеристик особистості, у тому числі: 2) бар'єр темпераменту – виникає між людьми, які мають різний тип нервової системи; 3) бар'єр характеру - ,наприклад, інтровертний тип характеризується в буденних умовах як стримана людина, що має принциповість, тверді переконання, завжди обдумує свої дії. Проте в стресових умовах, якщо інші не поділяють його поглядів, він починає їх уперто відстоювати, стає збудженим, нервовим, дратівливим, може образити іншого; 4) бар'єр установки – якщо перша установка негативна, то змінюється вона важко (наприклад, установка у населення, що всі бізнесмени роблять гроші нечесним шляхом); 5) бар'єр мотивації – коли партнери по спілкуванню вкладають у вжиті слова не ті самі значення; 6) бар'єр пам'яті – ніхто із нас не може бути впевненим у тому, що він зберігає в пам'яті і здатний відтворити ту інформацію, яка надійшла до нього; 7) **бар'єри конфліктні** – через зіткнення протилежних поглядів; 8) **бар'єри емоційні**. Якщо відчувається до іншого неприязнь, то важко його правильно зрозуміти, а якщо людина сприймається з симпатією, то не завжди можна побачити у неї деякі негативні риси; 9) **бар'єри моральні** – коли одних людей вважають перспективними, інших – ні, коли в магазині одних зустрічають привітно

(бо вони заможні), а інших - ні; 10) **бар'єри інтелектуальні** - внаслідок особливостей у сприйманні, мисленні, пам'яті; 11) **бар'єри соціальні** - виникають між людьми, які належать до різних соціальних груп, у тому числі: бар'єр віку - наприклад, старше покоління критичніше ставиться до інновацій, молодь - до набутого іншими досвіду; бар'єр статі - жінки та чоловіки по-різному думають, слухають, сприймають інформацію, піддаються переконанню; бар'єр національності - через національні традиції, звичаї люди можуть не порозумітися (наприклад, "так" та "ні" болгарин передає зовсім інше, ніж українець); 12) **бар'єри мовні** - виникають, коли людина не вміє або не може висловити свою думку, а також через погану вимову, інтонацію; 13) **бар'єри професійні** - виникають через різний професійний досвід, ставлення до роботи.

Виділимо **фактори оптимізації соціально-психологічного клімату в колективі**: 1) Кодекси етики; 2) Робити більше, ніж говорити; 3) Визначати реальні цілі; 4) Піклуватися про дотримання чинних законів; 5) Виявляти порушників етики; 6) Рівнятися на кращих працівників; 7) Добиватися гармонійних ділових взаємовідносин; 8) Прагнути до нововведень; 9) Забезпечувати корисність праці; 10) Захищати інтереси своїх компаньйонів; 11) Визнавати необхідність чесної конкуренції; 12) Турбуватися про безпеку виробництва; 13) Ефективно використовувати природні ресурси (сприяти збереженню навколишнього середовища); 14) Організувати навчання діловій етиці. Чи не найголовніша роль в єднанні колективу та плідної безконфліктної атмосфери в ньому безпосередньо належить керівникові. Він, безперечно, має бути особистістю-лідером, умілим організатором і тонким аналітиком-психологом, людиною слова й фахівцем справи. Він повинен мати високу культуру управління колективом. Культура управління - сукупність моральних вимог, які стають для державного службовця складовою частиною його звичок і навиків, що виявляються в щоденній поведінці й виконанні службових обов'язків. У вузькому розумінні культура управління - конкретні форми прояву вимог моральності. Це насамперед правила достопрстойності, прийнятий в суспільстві етикет (Відоме правило: "Як буде вести себе керівник, так само будуть вести себе і його підлеглі").

Виокремлюють наступні види етикету: *придворний етикет* - суворо регламентований порядок та форми поведінки, встановлені при дворах монарха; *дипломатичний етикет* - правила поведінки дипломатів та інших офіційних осіб під час контактів один з одним на різних дипломатичних раутах, візитах, переговорах. Тут під етикетом розуміють сукупність спеціальних засобів та навичок, за допомогою яких відбувається спілкування відповідно до ситуацій та статусу людей, що беруть в ньому участь; *військовий етикет* - зведення загальноприйнятих в армії правил, норм та манер поведінки військовослужбовців; *загальний етикет*, яким визначаються відносини у суспільстві. **В сучасному етикеті виділяють такі основні принципи**: *принцип гуманізму* - світогляд, який проголошує цінність людини, її

право на життя, розвиток та виявлення власних позитивних можливостей, на вільну та відповідальну участь в житті світу та суспільства; *принцип збереження людської гідності* – етичне розпорядження чи заборона певних видів дії чи звернень до людини як вільної соціальної цілісності. Соціабельність – принцип, який характеризує благо як суспільне поняття. Діяти неморально, не звертаючи увагу на інших, означає діяти засобом, що суперечить соціальності природи людини, її розумінню себе; *принцип коректності* – нейтральна, офіційна, стримана ввічливість, вміння вести себе з орієнтацією на загальноприйняті правила поведінки в будь-яких обставинах; *принцип поваги* – засіб захисту гідності підлеглого та авторитету керівника; *принцип люб'язності* – ввічливість, в котрій виявляються бажання бути приємним та корисним співрозмовником; *принцип галантності* – вишукана ввічливість та люб'язність по відношенню до співрозмовника; *принцип тактовності* – в будь-якій ситуації усвідомлювати свого партнера, підлеглого як рівноправну особистість, враховуючи особливостей статі, національності, темпераменту, звичок тощо; *принцип чемності* – вміння спілкуватися та шанувати самолюбство своїх колег; *принцип доцільності дій* – у зв'язку з яким етикет дає змогу людині поводити себе розумно, зручно для оточення та неї самої; *принцип естетичної привабливості* – характеризує гарну, естетичну, привабливу поведінку, яка створює позитивний фон ділових та міжособистісних контактів; *принцип субординації* припускає, що поведінка службовців обумовлена ієрархічністю; суворою субординацією трудових відносин – "згори донизу" та "знизу догори" (між керівниками та підлеглими) та "по горизонталі" (між співробітниками одного посадового статусу).

До культури управління можна віднести фактор культури мови. За словами П.Мирного, найбільше і найдорожче добро в кожного народу – це його мова, ота жива схованка людського духу, його багата скарбниця, в яку народ складає і своє життя. І свої сподівання, розум, досвід, почуття". Мова будь-якої людини має бути правильною, а ділової людини – особливо, тому що помилки у вимові та вживанні слів відволікають співрозмовника від суті ділової розмови, іноді призводять до непорозумінь. Обов'язковою умовою культури управління є скромність, простота, ввічливість, тактовність, вихованість. Однією з найважливіших умов досягнення високої культури управління є оволодіння теорією й практикою **державного управління**. Характер підприємницької діяльності формує певні риси особистості-лідера: 1) особистість здатна розсекретити себе, щоб відкритися іншому в її житті (головає аскеза, відмова від себе); 2) справжня особистість ніколи не обходиться власною точкою зору, здатна зрозуміти позицію іншого; 3) здатність взяти на себе відповідальність за іншого, розділити з ним і радість, і біль; 4) вірність, відданість, дружба, любов, досконалість. Характер керівника, залежно від співвідношення в ньому адміністраторських і лідерських

якостей, визначає і його управлінський стиль. Тут теж існує певна класифікація: 1) **Авторитарний**. Найкращий з погляду адміністратора, який у будь-якій справі найбільше цінить єдиноначальність. Втілюючи свій ідеал у життя, такий керівник виключає будь-яку ініціативу і самостійність підлеглих; 2) **Авральний**. "Давай-давай, потім розберемось" – девіз керівника авральника, схильного до адміністрування. Відбувається дезорганізація нормальної роботи, що призводить до конфліктів, незадоволень в колективі; 3) **Діловий**. Передбачає роботу тільки за розрахованими, упорядкованими і оптимальними схемами; 4) **Демократичний**. Такий стиль сприяє отриманню найкращих результатів, оскільки допомагає кожному повною мірою розкрити свої здібності й можливості; 5) **Ліберальний**. Підходить до згуртованого колективу однодумців, кожен з членів якого "знає свій манер". Інакше замість самостійності приєє безвідповідальності та впевненості в тому, що "робота не вовк"; 6) **Компромісний**. В його основі – здатність керівника, поступаючись людям із різними інтересами, досягти своєї мети. Цей стиль корисний, коли, скажімо, необхідно загасити конфлікт і переключити увагу на роботу. Вміння вибрати стиль керівництва лідером залежить від обставин, змінювати тактику – головна властивість лідера. Лідер-підприємець повинен мати не лише бажання або нахил до підприємництва, а й певні **якості і риси характеру**: організаційно-господарське новаторство; готовність та здатність до ризику, пошук нових можливостей та ініціативність; орієнтація на ефективність та якість продукції і обслуговування; майнова відповідальність і цілеспрямованість, висока інформованість та постійне спостереження, здатність до "жертв" в інтересах справи; чіткість, планомірність у роботі, здатність переконувати людей, комунікабельність, чесність, надійність, порядність. Основними моральними критеріями сучасної підприємницької діяльності в умовах сучасної економічної кризи ми вважаємо наступні: культура ділової поведінки на ринку, професіоналізм, справедливість, довіра, завоювання репутації чесного, компетентного та порядного партнера, гідна конкуренція, найбільш надійний партнер той, який теж матиме зиск від угоди, дотримання чинних законів, об'єднання з однодумцями, які поділяють дані принципи, прагнення до самовдосконалення.

Самовдосконалення менеджера як запорука успіху в бізнесі

Однією з особливостей нинішнього етапу розвитку суспільства є те, що духовний, моральний, соціальний розвиток окремого індивіда не встигає здійснюватися такими ж темпами, якими відбуваються зміни у світі. Останні настільки динамічні, що людство не встигає їх теоретично осмислити. Приватна підприємницька діяльність різних видів, відновлення промислового виробництва на новій технологічній і інституційній основі вимагає не лише адекватної правової, фінансової, економічної інфраструктури, але й відповідного морального та духовного середовища. Існує велика кількість чинників, які зумовлюють занедбаний

стан духовності українського суспільства. Деякі з них є проявом загальної кризи духовності в сучасних суспільствах споживання, тобто мають "загальнолюдський характер". Нині ми переживаємо розквіт прагматизму. Прагматизм набрав виключно темного забарвлення, наслідком такого стану речей є відчуття гострої нестачі духовності. Етична культура - важливий складник духовного сенсу людини. Від її наявності і ступеня розвитку людини залежить її інтелігентність, творча спрямованість намірів, діяльності, особлива одухотвореність, ставлення до світу та інших людей. Метою підприємництва є служіння суспільству: не зашкоджувати суспільству та його громадянам і надавати очікувані та якісні товари та послуги. Підприємство зобов'язане надавати споживачам якісні товари та послуги. Воно також зобов'язане переконатися, що його товари є безпечними для споживача, - проводячи дослідження й додаючи до своїх товарів відповідні інструкції, а там де необхідно, застереження проти неправильного використання. Виробники повинні нести відповідальність за небезпечні побічні наслідки, передбачити неправильний засіб уживання товарів. Глобалізоване суспільство активно функціонує не як механічний агрегат недиференційованих за душевними й духовними ознаками індивідів, а як усвідомлена єдність високоосвічених людей, які не втрачають себе в ній, а, навпаки, вважають її засобом для постійного самовдосконалення.

Самовдосконалення менеджера – це прагнення людини перерости, перевершити себе у професійному, інтелектуальному, творчому сенсі, стати особистістю, мати лідерські позиції; воно передбачає наявність самопізнання, самоактуалізації, самовиховання, творчості, самоволодіння в ситуації "шокового стилю", прагнення до вдосконалення волі, набуття духовності.

Самопізнання – це усвідомлення своєї специфічності існування в умовах реакції на все те, що відбувається навколо. Категорія самопізнання розкривається через визначальну ланку й головне багатство глобального суспільства - знання. В умовах тотального ринку знання є специфічним товаром, який бере участь у процесі виробництва та обміну, як ефективні інвестиційні засоби. Економічний потенціал країни в добу глобалізації залежить від її наукового потенціалу. У 1991 р. Папа Римський Іоанн Павло II в одній із своїх робіт писав, що раніше вирішальним фактором виробництва була земля, потім капітал..., а сьогодні людина та її знання. Сьогодні знання перетворюються у ресурс, який забезпечує вихід людства з економічної кризи, дозволяє зменшити екзистенційні ризики, збільшити прибуток транснаціональних компаній. На однієї з американських корпорацій сумарний прибуток ста великих американських корпорацій збільшився у понад 2,5 рази, а чисельність їхніх працівників при цьому не змінилася. Це свідчить про те, що лідери компаній створили умови для значного підвищення продуктивності праці персоналу. За рахунок підвищення ролі інтелектуальної складової праці, тобто підвищення знань працівників. У сучасних компаніях від 70-80% всього, що робиться людьми, робиться за

допомогою їхнього інтелекту. Наприклад, 70% вартості нового автомобіля припадає на його нематеріальну інтелектуальну частину. **Самоактуалізація** – це бажання людини стати тим, ким їй призначено природою; це людина, яка досягає найвищого рівня в чомусь і добивається повного використання своїх талантів, здібностей і потенціалу особистості, самопізнання шляхів вибору індивідом себе як суб'єкта моральної дії. Для самоактуалізованої особистості менеджера сутнісне значення має самовиховання, яке сприяє як характеру суспільного, так і індивідуального відтворення особистості. **Самовиховання** – передбачає наявність споріднених тенденцій – усвідомлених цілей, ідеалів, особистісних смислів. **Творчість** – у широкому розумінні – це пошук чогось нового, невідомого, чого люди не знали раніше. **Методи активізації творчості** – це способи інтенсифікації генерації ідей, підвищення концентрації оригінальних ідей у загальному їх потоці, можливість перебороти психологічну інертність. Активізація процесу генерації ідей сприяє використанню різних винахідницьких засобів, наприклад, **інверсії** (зроби все навпаки і подивися, що буде), **аналогії**, **емпатії** (вважай себе частиною вдосконаленого об'єкта і вияви при цьому свої почуття і відчуття). **Метод синектики** передбачає процес дослідження структури проблеми з рівня усвідомленого мислення на рівень спонтанної (некерованої) активності мозку і нервової системи.

Для розвитку творчості менеджерів фірм варто взяти на озброєння "кайдзен" або програму безупинного навчання на зразок тих, що спочатку були впроваджені в практику японськими компаніями приблизно 20 років тому. Коли виникає якась проблема, працівникам надають право самостійно думати, а для цього необхідно отримувати нові знання. В Японії найважливішим завданням є виховання людей з **творчим потенціалом**. Тут вважають, що без творчості і творіння сьогодні неможливо завоювати лідерство на міжнародній арені. Дослідники успішних японських компаній пояснюють їхній успіх не досконалістю виробництва, кваліфікацією людських ресурсів, а мистецтвом "формувати знання підприємства". Результатом трансформації суспільства є формування принципово нової моделі, яку називають **креативною корпорацією**. Це вже елементи не суспільства, а спільноти. Вони вибудовуються навколо творчих особистостей, мають здатність до реорганізацій, даючи життя новим компаніям. Ці фірми поєднують принцип економічної свободи людини з її новими, здебільшого неекономічними мотивами і прагненнями, що посідають дедалі важливіше місце в системі цінностей громадян постіндустріальних спільнот. Завдяки цьому на початку XXI ст. саме ці фірми є лідерами конкурентноспроможними на світових ринках. Успіхи відомих сучасних підприємців зумовлені не тим, що контролюють більшу частину своїх капіталів, а тим, що їхній бізнес сприймається ними як головне виявлення власної творчої діяльності. Природу творчості нелегко пояснити. Американські вчені, вивчаючи біографії 400 відомих

людей, виявили, що у 60% з них були серйозні проблеми у школі. Зустрічаються випадки, коли зовсім невідомі раніше люди досягали в житті надзвичайних результатів. Наприклад, біографи К.Ліннея говорять про те, що інтелектуальні можливості розвивалися повільно, А.Енштейн у школі навчався з відставанням. Психологи пояснюють це індивідуальними особливостями розвитку людини. **Самоволодіння** – це одна із загальних чеснот, яка виходить із зрілості людини, включає здатність людини здійснювати діяльність в дезорганізуючих ситуаціях чи "шокового стилю" життя, і є показником соціальної і емоційної зрілості людини, являючи собою орієнтацію цілісної особистості у мінливому середовищі. **Прагнення до вдосконалення волі.** Воля виконує роботу з актуальної оцінки події. Завдяки їй відбувається зіставлення основних моральних цінностей, що приводить до вибору певних способів поведінки. **Духовність.** В існуючій жорсткій конкурентній боротьбі вийти переможцями можуть тільки високоморальні компанії. Особливо важливим є те, що і компанія, і її партнери сповідували однакові моральні цінності. Якщо компанії сповіднують різні цінності, то тривале та взаємовигідне співробітництво є неможливим.

Самовдосконалення, постійна робота над собою передбачає формування особистості менеджера. **Особистість** – це життєвий світ людини, який постійно соціалізується. Статус особистості характеризує людину в статусі постійного динамічного саморозвитку і самоздійснення. На думку В.Воронкової, процесу саморозвитку та самоздійснення особистості відповідають такі поняття, як становлення індивідуальності та її цілісність, опредметнення й розпредметнення її сутнісних сил, об'єктивація духовності, індивідуальності, суб'єктивності, самопізнання й самооцінка, самодіяльність і самовдосконалення. **Формування особистості** – постійний і відкритий процес, в результаті якого людина засвоює чи негативні, чи позитивні уроки життя, втрачає або набуває духовності, дружби, кохання, поваги до себе й інших, самоактуалізації, самоствердження, творчості, діяльності, свободи, стійкості, мужності. Процеси глобалізації постійно випробовують особистість, адже не завжди можливості людини можуть співпадати з вимогами середовища. Виникають проблеми різного характеру: психологічні, соціально-економічні, культурні. До психологічних проблем можна віднести: негативні емоції – страх, тривога, стрес; психічні стани – напруження, втома, тривожне очікування, хвилювання, дратівливість; особливості поведінки – невдачі, помилки, конфлікти; результати трудової діяльності – низька продуктивність, брак, аварії. Соціально-економічні проблеми, особливо в країнах глобальної периферії – безробіття, низька якість життя, інфляція, проблема еміграції. Духовні: руйнація традиційних соціокультурних форм та інститутів, проблема ідентичності, відчуження. Із розпадом СРСР свідомість багатьох українців не була готова до інноваційних перетворень, до "нового глобального мислення". Під впливом неоліберальної глобалізації відбулася руйнація традиційних

цінностей, інтелектуально-духовне саморуїнування особистості, на глобальному рівні – криза ідентичності. Такі тенденції виникли разом з масовим зuboжінням українців, економічною та політичною кризою. Перші роки незалежності відсунули певну частину людей за межу бідності, спричинили їх деградацію, породили зневіру й почасти бездуховність. На тлі політичного, економічного, культурного занепаду людина не може відчувати себе справжньою особистістю, тому що зайнята власним виживанням. Матеріальні блага стають пріоритетом, а духовні занепадають. Досить часто бездуховність породжує агресію, жорстокість, ненависть до людини. Локальне почуття ненависті переростає у глобальне, свідомість людини поступово починає уподібнюватись суб'єкту агресії, людина стає тим, з чим вона бореться і що зневажає в іншому. Цілком очевидно, що ненависть не може бути пріоритетним напрямом у розвитку сучасної людини, домінантним мотивом її діяльності. Людина зобов'язана знаходити в собі внутрішні сили, мотиви, баланс духовності, творчості, пробудити в собі бажання бути особистістю. Духовність є тим джерелом, яке підживлює волюву наполегливість людини щодо здійснення процесу життєтворчості. Звернення до духовності допомагає їй відшукати сенс життя, заново відродитись, зберегти самоповагу, гідність, впевненість, радість. Пріоритетною тенденцією розвитку нашої незалежної держави мають бути напрямки, пов'язані з відродженням духовності українців.

Висновки

1. На даний момент етика бізнесу є незалежною дисципліною, що використовує дані емпіричних та теоретичних досліджень практично всіх галузей сучасного бізнесу з метою здійснити "розширення свідомості" суб'єктів бізнесу. Етика бізнесу являє собою вивчення відповідності моральних норм людини діяльності і цілям ділової організації, інструмент аналізу і рішення проблем, що встають перед моральною людиною, яка займається бізнесом. Чесноти, які роблять особистість моральною, є відображенням тих чеснот, які приносять їй успіх у бізнесі.

2. Принципи етики бізнесу забезпечують характер взаємовідносин між макросуб'єктами соціальної та економічної структури суспільства – організаціями, державою, суспільством. Макрорівневий підхід особливо важливий в умовах кризового буття, коли відбувається трансформація головних економічних інститутів. Недотримання етичних принципів на макрорівні призводить до постійної втрати зусиль щодо вирішення етичних проблем на рівні трудових колективів.

2. Кожне підприємство має власну систему моралі, але спостереження доводять, що люди йдуть на компроміс із власними цінностями під впливом умов ділової організації, в якій вони працюють. З метою підвищення етичності поведінки керівників і рядових співробітників можна використовувати заходи і методи, рекомендовані дослідниками етики бізнесу: етичні кодекси, карти етики, комітети з

етики, соціальні ревізії, навчання етичній поведінці, етична експертиза, етичне консультування.

4. Психологічними механізмами сприйняття і взаєморозуміння в колективі є: ідентифікація, емпатія, рефлексія. Нездоровий психологічний клімат гальмує розвиток колективу і особистості в ньому, він пов'язаний з негативними емоціями, факторами які руйнують взаємини, знижують ефективність колективної праці. На підприємстві використовують наступні види тиску: відомчий, тиск партнерів. Найсильніший примус діяти неетично може надходити від колег. Такий тиск може прийняти форму примушення, викрадення ідей в інших працівників або ж приниження їхньої роботи.

5. В процесі роботи необхідно враховувати закономірності, які визначають особливості міжособистісного спілкування: закономірність неадекватного відображення людини людиною та неадекватності самооцінки; закономірність викривлення сенсу інформації; закономірність психічного самозахисту. Зневажання психологічною безпекою людини впливає на свідоме чи несвідоме зазіхання на провідні мотиви соціальної поведінки людини.

6. Самовдосконалення менеджера – це прагнення людини перерости, перевершити себе у професійному, інтелектуальному, творчому сенсі, стати особистістю, мати гуманістичні, лідерські позиції; воно передбачає наявність самопізнання, самоактуалізації, самовиховання, творчості, самоволодіння в ситуації "шокового стилю", прагнення до вдосконалення волі, набуття духовності.

Перспективи подальших досліджень:

- вивчення зарубіжного досвіду етики ділового спілкування.
- шляхи і напрями оптимізації етики ділового спілкування в бізнесі і на адміністративній роботі.

Джерела

1. Воронкова В. Філософія управління персоналом: Монографія. – Запоріжжя: Видавництво Запорізької державної інженерної академії, 2005. – 472 с.
2. Воронкова В., Беліченко А. Управління людськими ресурсами: філософські засади – К.: ВД "Професіонал", 2006. – 576 с.
3. Воронкова В. Філософія гуманістичного менеджменту (соціально-антропологічні виміри). Монографія. – Запоріжжя: РВВ ЗДІА, 2008. – 254с.
4. Калашник Г.М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: Навч. посіб. - К.: Знання, 2007. – 143 с.
5. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 368 с.
6. Ладатко Л.В. Этика и культура управления: Учеб. пособие / Ростов н/ Д.: Феникс, 2006. – 317 с.

7. Мос Д. Пропущена ланка між теорією доброчесності та етикою бізнесу // Філософська думка. – 2005. - №5 – С. 61-78.
8. Овсянкіна Л. Моральні критерії підприємницької діяльності // Людина і політика. – 2002. - № 3. – С. 138-143.
9. Писарева Я. Люди все те же // Ком&ньоН. – 2009. – № 18-19. – С. 42-43.
10. Проблеми сутності свободи: методологічні та соціальні виміри: Матеріали науково-теоретичної конференції 26 жовтня 2007 р. – К., 2007.- 255 с.
11. Рассудіна К. Любов як принцип утворення персоналістської спільноти // Філософські обрії. – 2007. - №17. – С. 189-199.
12. Руденко А.М. Деловое общение.- Ростов н/ Д: Феникс, 2008. – 413с.
13. Саєнко Г., Г.Альохіна. Моральні стандарти на підприємстві // Стандартизація: методологія та практика. – 2005. - №6. – С. 19-23.
14. Свідзинський А. Духовна криза в українському суспільстві та шляхи її подолання // Розбудова держави. – 2003. - № 9-12. – С. 2-17.
15. Світ, людина, суспільство: Хрестоматія / Упоряд. І.П.Арцешивська, Р.А. Арцешивський. – Київ; Ірпінь: ВТФ "Перун", 1997. – 400 с.
16. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В., Ажажа М.А. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник. - Львів: « Магнолія, 2006».- 2009. - 312 с.

Стаття надійшла 27.10.2009 р.