

БІЗНЕС-КУЛЬТУРА ТА ЕТИКА У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

І.В. Новойтенко, канд. екон. наук,

В.В. Малиновський

Національний університет харчових технологій

Згідно з численними публікаціями науковців культура – це сукупність матеріальних і духовних надбань, комплекс характерних інтелектуальних і емоційних рис суспільства, що включає в себе не лише різні мистецтва, але й спосіб життя, основні правила людського буття, системи цінностей, традицій і вірування [1].

Бізнес-культура – це система цінностей та пріоритетів підприємства щодо поведінки його на ринку, взаємовідносин з членами трудового колективу, споживачами, постачальниками та з іншими суб'єктами господарювання. Складовими бізнес-культури є: поверхнева культура, еталонні та світосприйнятні цінності.

Поверхнева культура відображається в зовнішньому образі підприємства. Джерелом інформації є рекламна компанія, будівля та приміщення, товарний знак, манера поведінки керівників, звичаї та свята підприємства.

Еталонні цінності проявляються у формалізованих правилах поведінки в трудовому колективі, що спрямовані на підтримку традиційних цінностей (дисципліна, ієрархія, підпорядкованість, слухняність) та/або інноваційних цінностей (креативність, самостійність, ризикованість, відповідальність). Завдяки еталонним цінностям працівники обізнані щодо очікуваної від них трудової поведінки.

Світосприйнятні цінності підприємства формуються вищим керівництвом, адже саме їх схвальні або заперечні відгуки на відповідну поведінку та інформацію відображають уявлення щодо визначення добра, істини та розумних речей.

Бізнес-культура підприємства не є сталою, з часом традиційні цінності доповнюються і заміщуються новими. Якщо раніше пріоритетом провадження підприємницької діяльності вважали максимізацію прибутку, то в сучасних умовах це розглядається у взаємозв'язку з соціальними та екологічними аспектами.

Розвиненість культури підприємства визначається наявністю стратегічного управління з одного боку, а з іншого – тим, наскільки працівники підприємства поділяють місію, стратегію та цілі підприємства. Про високий рівень культури свідчить переважання застосування різноманітних соціально-психологічних методів управління над адміністративними та економічними, і навпаки застосування соціально-психологічних методів управління є наслідком підвищення рівня культури підприємства. Культура та етика співвідносяться між собою як стимулювання та мотивація. На відміну від культури, етика – це поведінка, що визначається духовними цінностями, світоглядом та рівнем саморозвитку працівника.

Підприємства, що зосереджують увагу на своїй репутації, приділяють увагу формуванню підприємницької етики, що направлена як на поведінку в середині трудового колективу, так і на поведінку підприємства з іншими суб'єктами господарювання. Серед складових корпоративної етики можуть бути: підтримання та заохочення висловлення різних точок зору на проблеми; чесність у міжособистісних стосунках та по відношенню до контрагентів; добросовісне виконання зобов'язань та обов'язків відповідно до нормативних документів та договірних відносин; повага та гуманність до старших, працівників нижчого професійного рівня тощо; неприпустимість хабарництва, шахрайства; неприпустимість зверхнього та грубого ставлення, а також розпалення конфліктів тощо.

Успішні підприємства розробляють зводи етичних норм поведінки та дають їм свою назву, наприклад: «Кодекс ділової етики» «Проктор енд Гембл» (Procter and Gambl), «Кодекс принципів ділової етики» «Юнілевер» (Unilever), «Зведення правил ділової етики» (Галф), «Зведення загальних ділових принципів компанії» «Ройял-датч-Шелл» (Royal Dutch Shell), «Кодекс ділової поведінки» «Кока-кола» (Coca Cola). За оцінкою журналу Fortune в 450 з 500 кращих американських компаній і майже 50% всіх інших мають етичні кодекси [2].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Корінний, М.М. Короткий енциклопедичний словник з культури / М.М. Корінний, В.Ф. Шевченко. – К. : Видавництво «Україна», 2003. – 384 с.
2. Герчикова, И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики : учеб. пособие / И.Н. Герчикова. – М. : Консалтбанкир, 2002. – 574 с.