

шляхом внутрішнього переміщення, оскільки володіють досвідом роботи та зростання кар'єрними сходами у певній компанії. Більші стимули для внутрішньофірмового кар'єрного зростання топ-менеджерів дає громадянство України, оскільки знання специфіки національних особливостей розвитку капіталізму дає українцям перевагу перед експатами.

УДК338. 22:17:33 - 029:1

Северин-Мрачковська Л. В.,

канд. філос. наук,

доцент кафедри філософії КНЕУ імені Вадима Гетьмана

ЕТИКА БІЗНЕСУ У ВИМІРАХ ФІЛОСОФІЇ ЕКОНОМІКИ

Упродовж тривалого періоду часу вивчення філософії здійснювалося поза глибоким зв'язком з економічною наукою. Водночас, викладання курсу загальної економічної теорії провадилося також без необхідної орієнтації на досягнення філософії як системи знань про першооснову та сутність буття. Кожна дисципліна гордовито зберігала незалежність свого проблемного поля, хоча загальновідомо, що дослідження міждисциплінарних проблем вважається найбільш продуктивним і перспективним у науці. Саме до групи міждисциплінарних досліджень і відноситься проблематика філософії економіки.

Насьогодні економіка є за своєю сутністю фундаментальним соціальним утворенням; це – складна система відносин, що виникають у процесі формування та розвитку суспільного господарства: способу виробництва, інституту власності, економічного механізму, кредитно-грошової системи, праці й управління. Водночас, економіка – це діяльність по життєзабезпеченню людини матеріальними благами, товарами та послугами [1, с. 37], засіб перетворення людиною зовнішнього світу, [2, с. 4] та самої себе, свого внутрішнього світу, власної екзистенції.

Економічний вимір буття став усеохоплюючим, недарма сучасну людину називають «*homoeconomicus*», тобто, людиною економічною, підкреслюючи надзвичайну важливість економічної сфери її буття. Економічна сфера репрезентує собою всі інші виміри соціальної реальності – політику, ідеологію, мораль і поведінку людей. Сутність усіх цих непростих процесів досліджує філософія економіки – сфера філософського знання про сутність економічного буття людини.

Філософія економіки розкриває онтологічний зміст основних економічних категорій («власність», «господарство», «виробництво», «праця», «гроші», «економічна свобода», «потреби», «економічна конкуренція» та інших), які за своєю суттю і значенням виходять за сферу економіки і тяжіють до філософії, оскільки саме людина формує і розвиває економіку: працює, заробляє, проявляє економічну ініціативу, володіє економічною свободою, витрачає, забезпечує, задовольняє потреби, накопичує тощо. Економіку наскрізь пронизує антропологічний (людський) вимір, бо вона, врешті-решт, твориться і розвивається людиною та заради людини. Відповідно, філософія економіки намагається виявити та дослідити антропологічний аспект економіки.

Отже, філософія економіки розглядає сутність економічних процесів, що відбуваються у суспільстві, крізь призму людського виміру, через сукупність форм життєдіяльності людини як суб'єкта господарювання.

Аналізуючи засади господарства, філософія економіки пов'язує їх із загальною картиною світу, розглядає «неекономічні» аспекти економіки – психологічний, моральний, правовий, політичний тощо. Дана галузь соціального знання вибудовує орієнтири та цінності, завдяки яким людська особистість може визначити «моделі» своєї життєвої поведінки, господарської діяльності, створювати необхідні та різноманітні умови для свого існування та розвитку.

Особливістю філософії економіки є те, що вона робить акцент на духовних «вимірах» економічного процесу та економічних явищ, зазначає

тісний взаємозв'язок економіки, з одного боку, та культури, науки, моралі, ідеології, філософії, з іншого. У цьому контексті особливої актуальності набуває питання етики бізнесу (ділової етики).

Існує низка причин, що зумовлюють підвищений інтерес до ділової етики: зростання рівня корпоративності, глобалізація економічних відносин, кібернетизація виробничих процесів тощо. Однак, головна з них – переважання сумарної шкоди від неетичної ділової поведінки над індивідуальною та груповою користю. Адже, закономірною та логічною реакцією на нечесну ділову поведінку є падіння престижу корпорацій та іміджу підприємців, що, своєю чергою, ставить під сумнів якість їх товарів і послуг і як наслідок – їх прибутки.

Важко не погодитися з думкою про те, що «всіляка сила потребує «шор» моральних норм, а у сучасному світі – й поготів» [3, с. 54]. Підприємництво ж як суспільний феномен, як засвідчує практика, також потребує з метою підвищення ефективності своєї діяльності, існування певної «збірки» норм, правил і принципів, якими мав би користуватися кожен бізнесмен у своїй поведінці, діях і рішеннях, – кодексу ділової етики.

Зв'язок бізнесу та етики впливає із самої, власне, сутності підприємництва. Адже, бізнес – це безперервні контакти, відносини, перемовини, домовленості тощо. В «орбіту» дій підприємця потрапляє велика кількість людей: партнерів, найманих працівників, постачальників, клієнтів, споживачів..., з якими він, повсякчас, вступає в певні міжособистісні стосунки. Та й, власне, у самій природі мотивації ділового спілкування існує гостре моральнісне протиріччя: з одного боку, підприємець прагне бути моральним, з іншого, – йому необхідно задовольнити свої потреби, реалізація яких часто пов'язана з порушенням норм моралі.

Етика бізнесу («етика ділових стосунків», «ділова етика», етика підприємництва», «економічна етика», «господарська етика») – система загальних принципів і правил поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, їх спілкування та стилю роботи, що проявляються на мікро- та макрорівнях

ринкових відносин. Етика бізнесу, таким чином, регулює, надихає й, водночас, обмежує дії суб'єктів підприємницької діяльності, сприяючи мінімізації суперечностей між ними, підпорядковуючи індивідуальні інтереси загальногруповим.

До основних положень сучасної етики бізнесу відносяться: по-перше, економіка хоча й орієнтована на розподіл матеріальних благ, а не на моральну регуляцію, однак, скрізь, де це продиктовано суспільними інтересами, має підпорядковуватися діючим моральним нормам; по-друге, створені працею блага мають розподілятися так, щоб виключити появу декласованих прошарків населення; по-третє, найвища продуктивність праці та прибуток не мають досягатися за рахунок руйнації оточуючого природного середовища; по-четверте, техніка має слугувати людині, а не людина – техніці; по-п'яте, розумні форми участі працівників у справах підприємства не тільки посилюють бажання працювати краще, а й розвивають почуття відповідальності; по-шосте, конкуренція має здійснюватися за чесними правилами.

До принципів етики бізнесу відносяться: чесність та порядність у ділових стосунках, що є прийнятними у сфері підприємництва і з моральної, і з утилітарної точок зору; безконфліктність спілкування, що передбачає тактовне, терпиме ставлення до слабких сторін і недоліків характеру колег, підлеглих, партнерів, клієнтів; повага до свободи (наприклад, свободи дій та вибору свого партнера, підлеглих, клієнтів, свободи комерційних дій конкурента); справедливість, що передбачає об'єктивну оцінку особистісно-ділових якостей партнерів (клієнтів, підлеглих), визнання їх індивідуальності, відкритість критиці, самокритичність.

Практичне застосування принципів ділової етики має велике позитивне значення, оскільки сприяє гармонізації та гуманізації міжлюдських стосунків у сфері бізнесу, сприяє зростанню рівня духовності в суспільстві загалом. У зв'язку з цим виникає необхідність моральнісного виховання суб'єктів підприємницької діяльності, усвідомлення ними доцільності підпорядкування власної поведінки приписам і нормам ділової етики. Підприємець

(підприємницька організація) є компонентою суспільства й, утверджуючи етичні норми у себе, вона, водночас, сприяє їх поширенню й у макросередовищі (соціумі). А чим сприятливіша етична атмосфера в суспільстві, тим сприятливіші умови й для розвитку бізнесу. Неетична поведінка рано чи пізно обернеться прямими економічними збитками чи соціальними, моральними втратами як для підприємства, так і для соціального середовища.

В умовах цивілізованого ринку, на відміну від «дикого», моральним цінностям відводиться неабияка позитивна консолідуюча роль. Тому можна з упевненістю стверджувати, що цивілізований ринок – переважно, моральнісний, оскільки він є перспективним для людини та суспільства загалом за багатьма своїми цінностями. «Дикий», нецивілізований ринок – аморальний, бо він породжує власну «мораль», яка отримує вираження у формулі: «Що є прибутковим будь-якою ціною, те й є моральнісним».

Аналізуючи сучасне вітчизняне підприємництво, яке за своєю внутрішньою природою має лише єдине призначення, – досягнення максимального прибутку при найменших витратах – можна висловити впевненість, що воно набуде інакшої спрямованості, якщо на нього «накладатимуться» норми моралі, її принципи та установки. Наявність же в суспільстві підприємницького корпусу зі сталою самоідентифікацією, прогресивними життєвими установками, насамперед, моральними, розвинутою культурою – це необхідна умова позитивних трансформацій у ньому. Формула сучасного бізнесу проста: «Що вища культура підприємництва в суспільстві, тим цивілізованіше воно».

Розвиток ринкових відносин, формування нової структури власності, зміна традиційних систем управління, розширення сфер підприємницької діяльності, зокрема, вихід на міжнародні ринки, що мають місце в сучасній Україні, надають питанню етики бізнесу у вітчизняній науці особливої актуальності.

Впливаючи на процес формування економічного світогляду індивіда та суспільства, філософія економіки, таким чином, виступає «основою

формування стратегій соціального управління і постає як засіб формування максимально ефективних стратегій соціально-економічного розвитку» [4, с. 192]. Її завдання – формування вищих соціально-духовних запитів людей, виховання розумних потреб, культури споживання та культури господарювання.

Проблеми, що досліджуються в межах філософії економіки, є особливо актуальними для сучасного українського суспільства, яке намагається побудувати цивілізовану форму ринкових відносин, нормалізувати культурно-соціальне життя.

Література:

1. Дилоян Р. А. Культурные традиции экономиста-международника: Учебно-метод. комплекс / Р. А. Дилоян. – Ростов н/Д. : Изд-во СКАГС, 2010.
2. Введение в философию экономики / В. Г. Бодров, И. К. Быстряков, А. А. Валуйский и др. Авт. предисл. А. А. Мазараки. – К. : КНТЭУ, 2002.
3. Кочергин А. Н. Философия и глобальные проблемы. – М. : РОУ, 1996.
4. Глушко Т. П. Філософія економіки як основа формування стратегій соціального управління // Мультиверсум. Філософський альманах. – К., 2005. – Вип. 47.

УДК 911.3

Сільченко Р. Ф.

магістрант спеціальності «Управління проектами»,
Запорізька державна інженерна академія

КОНЦЕПЦІЯ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Удосконалення управління комунікаціями інформаційно-комунікаційних і соціокомунікаційних процесів організації нерозривно пов'язано з підвищенням ролі у суспільстві інформаційних технологій. Інформаційно-