

2. Обсяг іноземних інвестицій в Україну в 2013 р. складі 2 млрд дол США / Експерт // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rbc.ua/ukr/top/economic/ekspert-obem-inostrannyh-investitsiy-v-ukrainu-v-2013-g--14062012170600>.
3. Мотриченко В.М. Інвестиційна привабливість України: стан та шляхи активізації / В.М. Мотриченко // Фінансовий простір. – 2011. – № 4. – С. 31-36.
4. Doing Business // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine>.
5. Forbes // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.com>.

Халеева К.

ГВУЗ «Донецький національний технічний університет»

СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕНЕДЖМЕНТА И БИЗНЕСА

Актуальность проблематики социально-этических аспектов менеджмента и бизнеса подтверждается, например, тем фактом, что курс "Деловая этика" изучается в настоящее время практически во всех вузах страны [1].

Результаты исследований, проведенные зарубежными и отечественными учеными [2], показывают, что менеджеры украинских бизнес-организаций включают этику отношений с внешними и внутренними партнерами в число важнейших составляющих общей оценки делового имиджа организации.

Мораль и этика составляют основу деловой культуры организации (называемой также организационной или корпоративной культурой), под которой понимаются принятые руководством организации и поддерживаемые персоналом духовные ценности. Центральное место в организационной культуре занимают базисные ценности, т. е. официально принятый в организации набор наиболее значимых и неизменных принципов, на которых основывается поведение сотрудников. Базисные ценности – это, прежде всего, ценности этического характера. Их следует отличать от ценностей конкретной личности (например, религиозные убеждения, политические взгляды) или общечеловеческих ценностей (например, свобода, терпимость).

Сегодня все больше руководителей украинских организаций признают необходимость формулирования своих базисных ценностей. Для таких руководителей очевидно, что образ организации формируется не только тем, что она производит, но и ее культурой, составляющими которой наряду с базисными ценностями выступают миссия и видение организации, стиль руководства [3].

Социально-этические проблемы организации проявляются в поведенческих процессах, которые совместно с операционными и административными, образуют систему общего менеджмента [4]. Наиболее характерными примерами поведенческих процессов являются принятие управленческих решений и коммуникации. Именно эти процессы формируют поведение как отдельных работников, так и целых групп.

Принятие многих управленческих решений связано с морально-этическими дилеммами, к числу которых можно отнести:

- выбор между краткосрочной выгодой и долгосрочным результатом;
- соотношение целей и средств их достижения;
- соотношение материальных и духовных ценностей;
- соотношение личных и общественных интересов.

Для поддержания высокого этического уровня в мировой практике используются следующие подходы:

- организация постоянно действующего комитета по этике;
- учреждение должности уполномоченного по этике, в функции которого входит информирование напрямую высшего руководства о возникающих проблемах морального плана;
- создание "горячей линии" для замечаний и жалоб;
- проведение аудитов этики поведения;
- выражение благодарности за образцовое этическое поведение сотрудников.

Существенную помощь в решении социально-этических проблем на микроуровне призван оказать международный стандарт SA 8000:2001, разработанный неправительственной организацией "Международная социальная ответственность" (Social Accountability International). В основе этого стандарта лежит конвенция Международной организации труда и другие документы ООН, а также стандарты на системы менеджмента [5].

В стандарте SA 8000 установлены международные нормативные требования к системе социально-этического менеджмента. К сожалению, практический интерес руководителей украинских организаций к этому важному международному документу пока мало заметен.

Международные этические принципы бизнеса стали "идеологической базой" для формулирования такого понятия, как "социальная ответственность организации" (или "корпоративная социальная ответственность").

Повышение социальной ответственности организации, равно как и соблюдение других этических принципов бизнеса, неизбежно ставит вопрос о соотношении личных (индивидуальных) и общественных интересов. Обеспечение этического равновесия, не допускающего конфликтов интересов, является заботой менеджеров организации и, прежде всего, ее высшего руководства, ответственного за формирование социальной этики организации.

При согласовании личных и общественных интересов особое значение, на наш взгляд, имеет руководящая деятельность, которая является неотъемлемой составляющей любого менеджмента.

С позиций социальной этики задачей руководителей как организаторов трудового процесса является целенаправленное воздействие на персонал, способное улучшить морально-психологический климат, предупредить и устранить серьезные конфликтные ситуации. Руководитель должен обладать определенной культурой общения, которая выражается в нормах профессиональной этики. Социологами доказано, что ничто так положительно не действует на поведение сотрудников, как пример поведения их руководителя. Когда сотрудники видят, что им есть чему поучиться у своих руководителей, то у них появляется потребность дорасти до этого уровня и стать такими же нравственными личностями.

Высокая же нравственность личностей организации укрепляет ее деловую репутацию и является важной движущей силой достижения успехов бизнесе.

Литература

1. Андреева И.В. Этика деловых отношений: Учебное пособие. – СПб: Вектор, 2010.
2. Репутация: как это делается в Украине // Эксперт. – 2011. – № 38. – С. 82-100.
3. Модель делового совершенства: глоссарий и методы // Методы менеджмента качества. – 2009. – № 9. – С. 45-49.
4. Салмон Р. Будущее менеджмента: Пер. с англ. – СПб: Питер, 2010.
5. Корпоративная социальная ответственность // ИСО 9000 + ИСО 14000 +. – 2009. – № 1. – С. 13-17.

Хажина Г.Х., Соловьева И.А., к.э.н., доц.

Уфимский государственный нефтяной технический университет

СИСТЕМНОСТЬ КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

В современных условиях быстрого устаревания профессиональных знаний и навыков способность руководства организации уделять внимание и выделять требуемые средства на развитие человеческих ресурсов является важным фактором долгосрочного успеха. Оценка персонала как ключевого ресурса в реализации бизнес-стратегии предполагает управление им и на стратегическом уровне. Для решения этой задачи стратегию управления развитием человеческих ресурсов необходимо интегрировать в бизнес-стратегию компании.

По нашему мнению, стратегическое управление развитием человеческих ресурсов – идентификация необходимых знаний, навыков и компетенций и активное управление