

6. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія / М.П. Денисенко, Л.І. Михайлова, І.М. Грищенко, А.П. Гречан, Є.А. Бельтюков, І.А. Ігнат'єва. - Суми: Унів. кн., 2008. - 1050 с.
7. Інновації як основа економічного зростання / В.І. Борейко // Актуал. пробл. економіки. - 2008. - №9. - С.42-48.
8. Інноваційний менеджмент - визначальний чинник стійкого розвитку сучасного підприємства / С.Б. Довбня, В.О. Пономаренко, Н.М. Рогуля // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Пробл. економіки та упр. - 2008. - №628. - С. 477-482.
9. Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування і вибору / Г.Т. П'яницька // Пробл. науки. - 2004. - №11. - С.21-29.
10. Кам'янецька О.В. Сучасні підходи класифікації інноваційних стратегій // Проблеми системного підходу в економіці: Зб. наук. праць: Вип.14.- К.: НАУ, 2005- С. 86-91.
11. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий / Т. Коно; [пер.с англ.] – М. : Прогресс, 1987. – 384 с.
12. Лендел, М.А. Формування інвестиційно-інноваційної стратегії підприємств деревообробної галузі регіону в умовах кризи / М.А.Лендел, К.М.Хаустова // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2009. – Вип. 28, Ч. I. – С. 158-163.
13. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: монографія / за заг. ред. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 582 с.
14. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – [5-е изд.]. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
15. Формування інноваційної моделі розвитку національної економіки України: монографія: у 2 ч. Ч. 1 / Ред.: Каленюк.І.С.; Черніг. держ. ін-т економіки і упр. - Чернігів, 2009. - 592 с.
16. Чубай В.М. Суть і види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2010. № 1 (3). Том 2. – С.347-356.
17. Шаборкина Л. Выбор инновационной стратегии предприятия // Российский Экономический Журнал. - 1996. - № 7. - С. 86-89.
- Янковский К.П. Организация инвестиционной и инновационной деятельности / К.П. Янковский, И.Ф. Мухарь. – СПб.: Питер, 2001. – 448 с.

УДК: 338.24: 338.22

Песчанська І.М.

### АКСІОЛОГІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

**Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими й практичними завданнями.** Радикальні політичні і економічні перетворення в Україні зумовили виникнення хибного розуміння рушійного фактору підприємницької діяльності – власної вигоди, поза уваги моральних цінностей [1, 2 та ін.], що посилює негативні прояви в суспільстві: корупцію, фінансові махінації, спекулятивну діяльність і численні порушення чинного законодавства, які завдають шкоди людям і породжують несправедливість. Практична сутність цієї проблеми визначається не аморальними цілями, а природою засобів вжитих підприємцями для досягнення своїх цілей. Отже, моральна увага до суб'єктів господарської діяльності зосереджується саме навколо того, до яких засобів вдаються вони заради досягнення цілей. Вирішення цієї

проблеми залежить від рівня підготовки фахівців у галузі підприємництва, які повинні мати глибокі знання з менеджменту спрямованого на формування бізнес-етики в організації, яка набула всесвітнього масштабу завдяки здатності вирішувати моральні проблеми [3]. Розвиток підприємницької системи менеджменту спрямовується на реалізацію етичних норм, враховуючи західні норми поведінки та використовуючи вітчизняні традиції. Таким чином, головною заслугою менеджменту підприємництва є, по-перше, зміна стійкого стереотипу щодо авантюрно-спекулятивної сутності підприємницької діяльності, по-друге формування “цивілізованої” моралі підприємницької діяльності.

**Постановка мети.** Управління підприємництвом, пройшовши певний еволюційний період, збагатилось важливими науковими і прикладними розробками, що справляють безпосередній вплив на ефективність підприємницької діяльності. Разом з тим, більшість досліджень носить еkleктичний зміст, базується на економічних підходах, що знижує рівень усвідомлення гуманістичної мети підприємницької діяльності, яка може приносити користь і підприємцю, і суспільству загалом. З цих позицій висуваємо припущення щодо цінності розвитку менеджменту підприємництва в вирішенні моральних проблем, через формування в організації: моральної свідомості (основні норми, принципи, мотиви та цінності орієнтації), моральної діяльності (свобода дій, свобода волі, співвідношення мети і засобів, мотиву і результату дії моральним цінностям та ін.), моральні відносини (культура спілкування та ін.). Таким чином, актуальність зазначеної проблеми та недостатній рівень її розробленості зумовили вибір теми статті. Мета поданої статті є визначення аксіологічних засад менеджменту підприємництва в формуванні підприємницької діяльності на моральних категоріях.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв’язання даного завдання.** Вивчаючи й узагальнюючи принципи і традиції нормативності поведінки підприємців нами було встановлено, що феномен господарювання намагались осмислити ще з часів античної філософії Сократ, Платон та Аристотель.

Сократа інколи називають найпершим видатним європейським моралістом. Оскільки він заклав основи раціоналістичної або епістемологічної етики в економіці: бути добродійною людиною – значить знати, мати істинні знання, а бути аморальною – значить помилятися, схилитись до невігластва. В цьому також вбачають і моральний радикалізм Сократа, оскільки для нього питання про причини та засади моральності вирішувались однозначно та остаточно. Філософ Платон [5], учень і вихованець Сократа, пішов далі свого наставника, він, по-перше, почав розрізняти якісно відмінні знання (знання, гадку, мудрість), а, по-друге, він почав досить докладно аналізувати різновиди людських моральних добродійностей, підводячи моральні засади не лише під вчинки людей, а під державні закони та рішення. Учень Платона – Аристотел пов’язував термін «економіка» з мистецтвом прийняття правильних рішень в господарстві, умінням забезпечувати громадянам не тільки добробут, а й прекрасне життя, через добродійність [4]. При цьому добродійність – це не психологічний стан людини і не властивість її характеру, а свідоме відношення людини до них, яке втілюється в її діях і суспільному значенні цих дій.

Вагомий внесок у розвиток специфіки моралі зробили Епікур (кін. IV – III до н.е.), Сенека, Марк Аврелій, Апіктет (I – II ст. до н.е.), Августин, Фома Аквінський, Еразм Ротендамський, Мартін Лютер, Т. Гоббс та ін., але переломним моментом в розвитку етики підприємництва вважаються погляди та ідеї І.Канта (1724-1804) [6]. Він розробив механізм функціонування моралі і відзначив роль моральної самосвідомості особистості. Однак ці досягнення співіснували поряд з іншими теоріями, які обґрунтовували, що прагнення до економічної ефективності є несумісним з моральністю, тому, що етичний вчинок не повинен переслідувати жодної особистої користі; в той час, як весь бізнес, навпаки, замішаний на максималізації особистої вигоди. Слід констатувати, що в історичному розвитку досить чітко проглядаються думка, що зневага етики й духовності

завжди призводить до катастрофічних наслідків, тому суспільство зацікавлене у високоморальному підході до бізнесу. Наприклад, в творі П. Верджеріо «Про благородні звичаї та вільні науки» (1402) центральне місце відводить обґрунтуванню образу «вільної» особистості як високо освіченої й моральної, активної й діяльної, усебічно та гармонійно розвиненої, «завдяки яким тіло і душа привертаються до всього кращого...» [7, с. 82]. Англійський філософ, економіст Девід Юм в своїх філософських працях «Дослідження про принципи моралі» (1751), «Трактат про людську природу» (1739-1740), "Дослідження про людське пізнання" (1748), обґрунтовує думку, що орієнтація підприємців на сприяння національному добробуту водночас означає забезпечення його власних інтересів [8,9,10]. Надалі ця теорія була вдосконалена А. Смітом в науковій праці «Теорія моральних почуттів» (1759) [11], в ній він виклав свої ідеї, в основі яких лежало визнання існування справедливих, «природних» законів, рівності та обов'язковості загальнолюдських норм моралі. Одним із перших, німецький економіст В. Зомбарт в праці «Світогляд, наука і дух» сформував концепцію, яка засвідчує, що «економіка - це культура», визначаючи роль господарської доброчесності, пов'язавши її з розумом, етикою, мораллю [12, с. 25].

В протилежність сформованим моральним цінностям розвинулась філософія Ф.Ніцше (1844–1900). В своїх працях «Людське, надто людське», «Ранкова зоря» і «Весела наука» він закликав до переоцінки всіх цінностей, руйнуючи все, що було напрацьовано людською культурою: мораль добра – мотлох, совість – нісенітниця [13]. Тобто виникла позиція "імморалізму", що стверджує неможливість та недоречність обмеження життя будь-якими нормами, тобто із цієї позиції підприємництво не підлягає моральному регулюванню, знаходиться поза мораллю.

У другій половині XIX – початку XX ст. набули більш виразного характеру концепції так званої революційної моралі, згідно якої виправданими можна вважати будь-які дії, що ведуть до світлого майбутнього усього людства. Вважалось, що традиційні погляди на мораль є консервативними та покликаними оберігати спокій панівних класів. Вважалось також, що пригнічені верстви населення мають право знехтувати не лише звичайною мораллю: вони не повинні вважати аморальним експлуатацію, «грабування», класову помсту, фізичне знищення. Таких поглядів дотримувались й певні досить авторитетні представники громадської думки, такі як Т.Шевченко, Ф.Енгельс, К.Маркс та ін.

З іншої сторони, досить помітного поширення набули численні моралізаторські ідеї та погляди, згідно яких моральність є основною рисою підприємництва. Подібні мотиви простежуються в працях П.Мирного, І.Франка, М.Коцюбинського, Ф.Достоевського та ін.

Дослідивши основні етапи історичного розвитку моральних устоїв, нами зроблено висновок, що упродовж кількох тисячоліть людство розробляло етичну проблематику економіки у площині філософської науки, обґрунтувавши важливість створення і поширення моральних настанов, принципів, законів в системі господарювання.

Отже, можна підсумувати, що незважаючи на суперечливі підходи щодо ціннісних аспектів моралі підприємницької діяльності, історико-еволюційні наукові доробки окреслилась суттєвим здобутком – теорією культури підприємницької діяльності, в якій визначено соціальну роль підприємництва. Серед основних її складових є концепція соціальної відповідальності (сформувалась у 20-х рр. XX ст.) в якій інтереси бізнесу нерозривно пов'язуються із загальним добробутом суспільства. Подальше розвиток підприємницької ідеології в напрямі поєднання моралі та підприємницьких дій, окреслився в морально-етичний кодекс сучасного підприємця. Даний кодекс має достатньо аморфну структуру, і описується термінами «етика бізнесу», «культура бізнесу», «культура підприємництва», «діловий етикет» тощо. У науковій літературі ці постулати визначені порізно, але найчастіше їх сприймають як зведення моральних принципів, моральних норм і правил поведінки однієї особи або групи осіб, які дозволяють уникнути неетичних та незаконних дій в підприємницькій діяльності. Проте, в

Україні ставлення підприємців до морально-етичних принципів неоднозначне, вони вважають за достатнє «по-людському» будувати стосунки між людьми, тоді легше буде керувати ними, спрямовувати їхні дії, тобто відають перевагу «нормальному» спілкуванню в колективі.

**Виділення невирішених частин загальної проблеми, яким присвячена ця стаття.** Аналіз наукової літератури з загального менеджменту свідчить, що цей підхід є неефективним. Неможливо досягти підприємницького успіху без систематичного і послідовного використання підприємцем-менеджером "культурних інструментів", спрямованих на формування (або зміну) ціннісних орієнтацій, поведінкових норм та ефективності роботи працівників. Відповідно до цього вагоме значення має розвиток підприємницького менеджменту, який на наше переконання, насамперед формує внутрішні переконання тих, хто займається підприємницькою діяльністю, їхнє розуміння того, що можна і чого не можна робити відповідно до моралі суспільства. Тому основним завданням сучасних менеджерів можна вбачати впровадження ідеологічної сторони моралі в підприємництво, за якої мораль – це не тільки поведінкові, а й світоглядні норми, вона дає підприємцю орієнтири не лише в повсякденній поведінці, а й у виборі поведінки стратегічної на злагоду та гармонію бізнес-процесів з моральними принципами суспільства.

**Результати дослідження.** Аналіз практики виробничо-господарської діяльності підприємців в Україні, свідчить, що на жаль, підприємницькому менеджменту не приділяється належна увага, що є суттєвою управлінською помилкою, яка веде до виникнення моральних проблем у сфері функціонування та еволюційного розвитку підприємництва. При цьому за останні десятиліття відбувався різкий злам суспільної свідомості господарюючих суб'єктів, воно використовують аморальні підходи, шахрайські прийоми, їх робота ґрунтується на корисливості й наживі, а також на неповазі до конкурентів і покупців. Підтвердженням цьому є результати перевірки Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики у 2006 році. Так при перевірці понад 46,5 тис. суб'єктів господарювання в сфері торгівлі, послуг, ресторанного господарства з них майже у 42,4 тис. підприємств, або у 91,2 % від перевірених, виявлено порушення. Упереджено понад 207,5 тис. порушень прав споживачів. В результаті перевірок виявлено факти обману споживачів; порушення продажу товарів (робіт, послуг), що не відповідають нормативним вимогам, реалізації товарів (робіт, послуг) без відповідних супровідних документів; реалізації товарів (виконання робіт, надання послуг) без видачі розрахункового документа, що засвідчує факт купівлі. Найбільша кількість порушень пов'язана з ненаданням споживачам своєчасної та повної інформації про товар (роботу, послугу) рис.1.

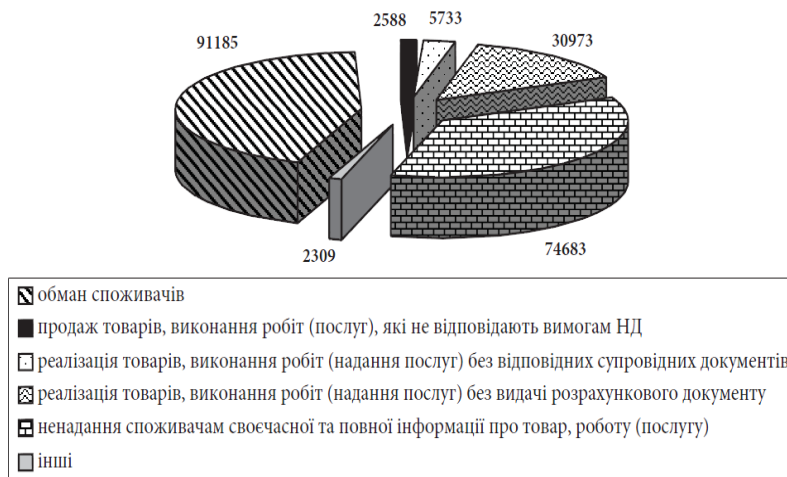


Рис.1. Результати порушень прав споживачів господарюючими суб'єктами у 2006 році

Висока питома вага грубих порушень свідчить про, насамперед, не усвідомленням підприємцями сутності, функцій, етапів реалізації морального господарювання в сучасних конкурентних умовах. А це в свою чергу може призвести до відчуження від культури широких верств підприємців, змушених користуватися низькопробними культурними зв'язками.

Дослідивши проблеми розвитку управління підприємницькою діяльністю в Україні, нами було зроблено висновок, що його сучасна модель має в основі моральні передумови, які декларуються через добродійні справи. Так за даними благодійного Фонду «Демократичні ініціативи» останній рік благодійну допомогу надавали 27,7% населення України з них підприємці - 45,1%. Мотивами благодійності є співчуття (38,6%) та розуміння, що допомога йде на корисну справу (31%). Також важливими є такі мотиви, як «так мене виховали» (26,1%), які вказали люди з вищою освітою, та релігійні міркування (19%). Відмінностей у мотивації, пов'язаної з рівнем матеріального становища не виявлено. Підсумовуючи відзначимо, що підприємці з низки причин не «афішують» ці заходи, і в основному здійснювали їх залежно від конкретного випадку, а не на стратегічній основі. Звідси можна дійти висновку, що підприємництво вже відчуває тиск до якісних змін у його культурі, який змушує його взяти на себе роль рушія позитивних змін. Становлення моральних передумов актуалізує використання технології підприємницького менеджменту, що забезпечує не тільки закріплення моральних норм і правил у повсякденній діяльності суб'єктів, а і своєчасну їхню зміну в заданому суспільством напрямку розвитку.

Технологія підприємницького менеджменту — це сукупність практичних прийомів, методів і засобів впливу на керований об'єкт, які здійснюються на основі пізнання закономірностей управлінських процесів і використання відповідних правил і процедур. Отже суть технології менеджменту полягає в установленні організаційного порядку в системі підприємництва і визначенні раціональної послідовності виконання управлінських робіт на основі властивих тільки менеджменту філософії, цінностей, понять, очікувань, поглядів, норм.

З точки зору технології процес менеджменту підприємництва розглядається перш за все як поетапна діяльність, пов'язана з прийняттям і реалізацією господарських рішень на основі визнання необхідності норм моралі, і їх дотримання. Завдяки цьому реально культура виявляється немовби "вмонтованою" у процес підприємницької діяльності, причому в процесі їхнього формування вона бере дуже активну участь. Категорія культури в менеджменті підприємництва базується на теорії організаційної культури. При цьому організаційна культура як система елементів знаходиться в основі управління усіма чинниками підприємницької діяльності (трудових, матеріальних, капітальних і інформаційних ресурсів). Акцент культури при цьому переноситься на виважене прийняття рішень, можливості використання ресурсів, відповідальність, напрямки розвитку.

Сутність організаційної культури підприємництва, на наш погляд, слід пов'язувати з базовим поняттям «культура управління». Культура управління – система знань, що обслуговує управлінську практику як культурний феномен, сукупність науки і мистецтва управління, різного роду рекомендацій, узагальнень об'єкта управління, які мають науково-практичну цінність і органічно, системно взаємопов'язані [14]. Виходячи з вище сказаного, культура управління стосується різною мірою всіх аспектів підприємницької діяльності, це важлива сфера впливу на свідомість, вчинки людей, їх помисли і бажання, водночас, вона є одним з вирішальних факторів успіху в управлінні. Справжня висока культура управління підприємця — це гармонія знань і морально-етичних якостей, які безумовно, залежать від інтелектуально-культурних якостей особистості. Наведене включає в себе такі основні принципи: вибір форми поведінки; стиль і тактика поведінки з погляду моральних і естетичних цінностей; особиста поведінка, міра її

такти і відповідальності як показники вияву і розвитку духовної культури особистості; сфери і рівні поведінки за моральними принципами Всезагальної декларації прав людини. Інакше кажучи, наскільки вчинки і поведінка підприємців не ображають інших, подобаються їм чи викликають заперечення, сприймаються позитивно чи відкидаються; нарешті, що можна, а чого не можна дозволяти собі в певній ситуації. Звідси, етичний компонент є суттєвим виміром культури підприємців, а її порушення, по суті, є виявом непрофесіоналізму, оскільки в цьому випадку нехтується основне соціальне призначення підприємництва – служіння суспільному благу. В цілому такий підхід дозволяє сформулювати “етичний імідж” підприємництва, а роль технології підприємницького менеджменту при цьому визначена в підвищенні ефективності підприємництва на принципах і нормах моралі бізнесу й моральності підприємців, які відповідають міжнародним стандартам і нормам, прийнятим ООН, Організацією економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), Міжнародною торговою палатою (МТП), Радою Європи та ін.

Основним стандартом для менеджменту у вирішенні соціально-етичних проблем підприємництва є міжнародний стандарт SA 8000: 2001, розроблений неурядовою організацією "Міжнародна соціальна відповідальність" (Social Accountability International). В основі цього стандарту лежить конвенція Міжнародної організації праці й інші документи ООН, а також стандарти на системи менеджменту. У стандарті SA 8000 установлені міжнародні нормативні вимоги до системи соціально-етичного менеджменту.

За таких умов менеджмент і підприємництво стають мистецтвом, яке складається з формування "філософії" діяльності, створення механізмів дії на людей, на відносини, що складаються між ними, в цілях забезпечення успішного виконання своїх функцій через запровадження етичних норм, які відображають систему загальних цінностей, суспільних уподобань та правил етики підприємництва.

**Висновок.** Впровадження й формування підприємницького менеджменту на підприємстві, формування нового покоління менеджерів, здатних уловлювати нові тенденції розвитку й швидко адаптуватися до постійно мінливого середовища стає особливо актуально в економіці України. Розвиток підприємницького менеджменту підприємств прямо пов'язане з формуванням підприємницької культури. Вітчизняний бізнес, що виник у ході реформ 90-х років, не повною мірою відповідає етичним вимогам сучасного етапу розвитку України. Необхідне усвідомлення й перехід бізнесу на нову парадигму етичного підприємницького менеджменту. В основі якого лежить не тільки корпоративне благо й благо окремої особи, а насамперед суспільне благо, що вимагає іншої підприємницької культури. Відповідно, формування принципів нової концепції підприємницького менеджменту є актуальним питанням у сучасних умовах.

#### **Анотація**

Розглядається зміст менеджменту в підприємницькій діяльності. Обґрунтована значимість підприємницького менеджменту для підприємства в напрямі підвищення ефективності підприємницької діяльності на засадах врахування його технології, спрямованої на запровадження етичних норм, які відображають систему загальних цінностей, суспільних уподобань та правил етики.

#### **Анотация**

Рассматривается содержание менеджмента в предпринимательской деятельности. Обоснованно значимость предпринимательского менеджмента для предприятия в направлении повышения эффективности предпринимательской деятельности на основе его технологии, направленной на внедрение этических норм, которые отображают систему общих ценностей, общественных вкусов и правил этики.

**Summary**

Is looked the content of management in business. Is reasonable the value of the business management for the enterprise in the direction of increasing the efficacy of management activities on the base of its technology that is directed at introducing the ethical standards that show the system of general values, public tastes and rules of conduct.

**Список використаної літератури:**

1. Шевеленко С.Д. Федів І.І. Підприємництво і підприємницька діяльність.- К., 2000. С. 95-100
2. Зубов В.О. Ціннісні орієнтації підприємця в сучасних умовах// Грані: Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах, Дніпропетровськ.-2000 .-№4 (12) - С.29-34.
3. Гугніна Т.О. Моральна регуляція підприємницької діяльності (філософсько-управлінський аналіз) : Автореф. дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Т.О. Гугніна; Укр. акад. держ. упр. при Президентові України. — К., 2000. — 19 с.
4. Аристотель. Сочинения в 4 т. – М., 1975. – Т. 1. – 550 с.
5. Платон. Собрание сочинений в 4 т. – М., 1994. – Т. 3. – 656 с.
6. Кант И. Собрание сочинений: в 8 т. – М., 1994. – Т. 7. – 495 с.
7. Верджерио П. О благородных нравах и свободных науках // Итальянский гуманизм эпохи Возрождения: Сб. текстов. – Ч. 2. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1988. – С. 71–107.
8. Юм Д. Трактат о человеческой природе // Соч.: В 2т. М., 1966, Т.1. С. 89-116, 403-405, 602-625.
9. Юм Д. Исследование о человеческом познании // Соч.: В 2т. М., 1966, Т.2. Розд. 1, 12.
10. Юм. Д. Естественная история религии // Соч.: В 2т. М., 1966, Т.2. 372-386.
11. Смит Адам. Теория нравственных чувств. – М.: Республика, 1997. – 351с.
12. Sombart W. Weltanschauung, Wissenschaft und Wirtschaft. Berlin, 1938.- 789 р.
13. Зла мудрість : Афоризми і вислови // Ніцше Ф. Соч.: У 2-х т. М.,1990.Т.1.С.756
14. Палеха Ю., Кудін В. Культура управління та підприємства: Навчально-методичний посібник. – К.: МАУП, 1998. – 96с.

УДК 336.1

Домбровська Л.В.

**СТВОРЕННЯ АГЕНТСТВА УПРАВЛІННЯ КРИЗАМИ В УКРАЇНІ**

**Постановка проблеми.** Банківська система України, яка є ще доволі «молодою», пережила вже ряд потрясінь. Але ті багаточисельні проблеми, що виникли під впливом світової фінансової кризи, яка надзвичайно загострилася наприкінці 2008 року, стали глибокими і затяжними. Багато українських банків опинилися під загрозою руйнівного впливу цієї кризи. У таких умовах посилюється актуальність антикризового управління, спрямованого не лише на боротьбу з наслідками фінансової кризи, але й на недопущення проявів кризових явищ взагалі.

Національний банк України в період загострення кризи розробив та впровадив ряд заходів, проте не всі із них виявилися результативними та такими, які дозволили суттєво оздоровити вітчизняну банківську систему. Тому важливим доповненням до чинних напрямків антикризового управління, започаткованих центральним банком, повинні стати