

СЕКЦІЯ 5 ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Решітко Сніжана Іванівна

*(наук. керівник – д-р іст. наук, професор Гомотюк О. Є.)
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль*

МІСЦЕ ЕТИЧНОГО КОДЕКСУ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасному світі важливим аспектом для успішного функціонування установи є корпоративна етика. Це головний елемент, що об'єднує працівників однієї організації в колектив з єдиною метою, що дає можливість керівнику управляти співробітниками без застосування жорстких заходів. Колектив, що об'єднаний спільною метою та орієнтирами, є запорукою динамічного зростання та своєрідною гарантією до підвищення ефективності діяльності організації [2].

Метою дослідження є проаналізувати вплив етичного кодексу на управління організацією.

Місце й роль етичних відносин в організаціях різних видів та відображення їх у нормативних документах досліджувати науковці В. П. Кубко, О. В. Харчишина, С. В. Корольок, Л. В. Васильченко, Г. Л. Хаєт, Н. В. Тесакова та ін.

Професійна діяльність будь-якої організації сьогодні неможлива без багатоваріантності ідей, життєвих позицій, цілей і окремих працівників, і колективів. Відповідно періодично виникають протиріччя сторін, які часто можуть перерости у конфлікти. Тому виникає необхідність управління цим процесом, метою якого є попередження виникнення конфліктних ситуацій та конструктивне врегулювання типових конфліктів. Вагомим інструментом впливу в такому разі є корпоративна етика та Етичний кодекс (Корпоративний етичний кодекс) підприємства.

Наразі немає єдиного нормативно закріпленого визначення поняття Етичний кодекс, проте проаналізувавши визначення, які подають у своїх працях науковці, можна сказати, що Етичний кодекс – це документ, у якому закріплено правила й норми поведінки в установі, корпоративні принципи, а також її місію та основні цінності.

У своїх дослідженнях О. В. Харчишина зазначає, що сутність корпоративного кодексу випливає із змісту категорії «корпоративна норма» і полягає в тому, що:

- він регулює типові ситуації і взаємовідносини, що можуть виникати в організації;
- має властивість багаторазового використання;
- норми корпоративного кодексу є обов'язковими для усіх членів організації незалежно від їхнього статусу;

- дотримання корпоративного кодексу забезпечується певними внутрішніми заходами і механізмами, зокрема й негативною моральною і матеріальною мотивацією, виключенням особи із членів організації (звільнення) [3].

Етичний кодекс може ефективно виконувати три основні функції: управлінську, іміджеву та корпоративної культури.

Управлінська функція полягає в регулюванні поведінки працівників, оскільки у Кодексі прописані норми поведінки в організації та механізми врегулювання типових конфліктних ситуацій.

Іміджева функція полягає в тому, що Етичний кодекс сприяє формуванню хорошої репутації компанії ззовні й, відповідно, збільшує інвестиційну привабливість.

Функція корпоративної культури реалізується завдяки тому, що Корпоративний етичний кодекс визначає мету й цілі організації, її головні принципи та правила [1].

Корпоративний кодекс є документом, що відображає основні принципи, які регулюють трудові відносини в установі. Такими принципами є:

- принцип відкритості (усвідомлення мети установи);
- принцип співучасті (спільне прийняття рішень реалізує ідею «спільної справи»);
- принцип гідності (діяльність підприємства та міжособистісні зв'язки, які спрямовані на підвищення гідності особистості);

- принцип доповнюваності (керівна ланка при вирішенні проблем діє за принципом доповнення, а не всесилля) [2].

Ефективність корпоративного етичного кодексу залежить від таких двох аспектів:

- розробки (для укладання кодексу треба застосовувати сучасні підходи, найкраще, коли документ складається всередині організації та виноситься на обговорення);
- використання (важливо, щоб положень кодексу дотримувались усі ланки установи).

Отже, Етичний кодекс відіграє важливу роль в управлінні організацією, адже він чітко окреслює нормативну й ненормативну поведінку її працівників, він доносить інформацію про мету та етичні засади функціонування підприємства, покращує дисципліну та законність, створює умови для успішних ділових взаємовідносин.

Список використаних джерел

1. Кубко В. П.; Ткаченко К. Ю. Особливості розробки корпоративного кодексу вищого навчального закладу. *Гілея: науковий вісник*, 2017 № 116. С. 255–259.
2. Фокасьєв Д., Пучкова С. І. Роль кодексів корпоративної етики в управлінні підприємствами. *Дорожня карта інформаційно-телекомунікаційної сфери: зб. тез доп. міжнар. студ. наук.-практ. конф., м. Київ, 23 трав. 2019 р. Київ, 2019. С. 99–100.*
3. Харчишина О. В. Корпоративний кодекс як засіб формування позитивного іміджу підприємств харчової промисловості в умовах міжнародного співробітництва. *Стратегія розвитку України*. 2011. № 2. С. 216–227.



Поліщук Діана Михайлівна

(наук. керівник – д-р екон. наук, професор Анісімова О. М.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ЗАСТОСУВАННЯ ЧАТ-БОТІВ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Одна з найважливіших задач кожного підприємства – це оцінка власної конкурентоспроможності. Відповідно до цього аспект конкурентоспроможності є, без перебільшення, актуальним в умовах сучасного розвитку економічних відносин. Необхідно зазначити, що засобів підвищення конкурентоспроможності існує велика кількість. Розв'язанням цього питання може стати впровадження інформаційних технологій у діяльності підприємства. Кожна технологія має свої специфічні особливості, свої переваги та недоліки. Тому необхідно порівняти витрати, ризики та результат від впровадження цих технологій. Під час впровадження доцільно надавати перевагу програмам, які надійні та легкі в опануванні. Таким рішенням може стати створення чат-бота.

Чат-бот – це застосунок, який відтворює діалог у формі аудіо- чи текстових повідомлень з користувачем за допомогою заздалегідь прописаних алгоритмів, з метою задоволення потреб користувача. Зараз поняття чат-ботів набуло широкого розголосу, і з року в рік ця популярність дедалі зростає. Панує думка, що чат-бот – це винахід XXI століття, з чим не можна погодитись. Перший чат-бот було створено ще до появи персонального комп'ютера. Вважається, що вчений Джозеф Вейценбаум у 1966 р. розробив сенсаційну на той час програму ELIZA [1]. Це був простий чат-бот, який виділяв ключові слова користувача, зіставляючи з прописаними в базі даних варіантами відповіді, на основі яких імітував людину-психіатра.

Чат-боти використовують різні компанії та установи, а віднедавна ця ініціатива розповсюдилась і на банки та комунальні підприємства України.