

Косинська О.А.

УДК 338.48 (477:75)

**ЕТИЧНА КУЛЬТУРА ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНИЙ АКТИВ ПІДПРИЄМСТВ
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Актуальність теми. Необхідність економічного росту в Україні зумовлює глибокий аналіз її потенціалу не тільки з точки зору розвитку промисловості, науки, наявності природних ресурсів, а й рекреаційних зон, історичної та культурної спадщини. Загально відомо, що багато держав світу забезпечують достойний рівень життя громадян за рахунок туризму як важливої складової економіки. Для розвитку цієї галузі у нашій державі є достатньо можливостей, однак вони використовуються не повною мірою. Аналіз функціонування туристичної сфери свідчить, що проблеми знаходяться у недосконалому правовому забезпеченню галузі, політиці держави щодо розвитку туризму як бюджетонаповнюючої галузі, тінізацією цієї сфери економіки, тощо.

Разом з тим функціонування сучасних підприємств сфери послуг вимагає нових підходів до організації їх діяльності і управління. Особливо це актуально для туристської галузі. Як показують дані статистики, останніми роками помітні зміни у туристичній сфері Криму. Зокрема у 2009 році зменшилася кількість туристів майже на півтора мільйона. Крім того, серед відвідувачів Криму зменшилася кількість туристів з Росії і ближнього зарубіжжя, що свідчить про збільшення частки внутрішнього туризму. Це приведе не тільки до зменшення об'ємів обслуговування туристів, але і доходів від цієї сфери економіки регіону, оскільки по-перше зменшиться притік валюти в регіон, по-друге зменшаться доходи від туризму в цілому у зв'язку з тим, що рівень життя громадян України невисокий, а значить українці не можуть витратити грошей більше від своїх можливостей. Це змушує шукати резерви для збільшення об'ємів обслуговування туристів. Для цього необхідно провести глибокий аналіз всіх аспектів функціонування галузі і виявити резерви, які необхідно активізувати.

Метою статті є обґрунтування можливості підвищення етичної культури як одного з важливих нематеріальних активів діяльності підприємств туристичної сфери.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Дані досліджень свідчать, що туристів у Криму не задовольняє не тільки рівень сервісу, а й рівень культури обслуговування. Особливо низька культура обслуговуючого персоналу та неуважне, а часом і зневажливе ставлення до туристів. Це одне із слабких місць у туристичній галузі, усунення якого не вимагає значних капітальних вкладень, але потребує певних інвестицій у персонал для підвищення його професійного та загальнокультурного рівня.

Характерно, що не тільки науковці, але й практики все більше уваги звертають на морально-етичні засади в економіці, що зумовлено її соціальною природою. Зокрема, все частіше говорять про необхідність реалізації етичних засад у бізнесі та менеджменті. На наш погляд, заслуговує на увагу робота М.А. Лучко [2], у якій розглядаються усі сторони бізнесових взаємовідносин організації, особливо як зароджується етика бізнесу у сучасній Росії, оскільки в українському бізнесі мають місце подібні тенденції. Проблемам етичної моралі, етичного та соціального менеджменту присвячені дослідження О.Білоруса, В.Е. Косарева, Р.Ф. Пустовійт, О.С. Сосніна та інших українських вчених. Як свідчать дослідження, реалізація етичних засад актуальна для багатьох сфер, але особливого значення вона набуває для підприємств сфери послуг і туристичної галузі України зокрема. На наш погляд, етику в діяльності та управлінні підприємствами сфери послуг з позицій сьогодення варто розглядати не тільки як основу культури обслуговування та взаємовідносин, але і як один із ресурсів, раціональне використання якого сприятиме підвищенню економічної ефективності підприємства і галузі загалом.

Виклад основного матеріалу. Сучасні наукові дослідження в галузі економіки спрямовані на пошук нових шляхів та резервів забезпечення високих економічних показників діяльності підприємств, галузей, регіонів та економіки в цілому. Заслужують на увагу роботи фахівців, які вивчають закономірності створення та розвитку організації. На наш погляд цікавими у цьому аспекті є роботи відомого російського вченого Б.З. Мільнера, який робить акцент на наявності і необхідності використання нематеріальних активів організації. Він зазначає, що виживання сучасного підприємства і надання їй конкурентних переваг можна забезпечити тільки за рахунок приведення в дію нематеріальних активів [3, с. 298].

У науковій літературі виділяють такі групи нематеріальних активів:

- 1) технологія і формалізовані знання (патенти, процедури тощо);
- 2) первинні процеси і процеси управління (керівництво і контроль, обмін інформацією, управлінська інформація);
- 3) навички і неформалізовані знання (ноу-хау, сфери компетенції);
- 4) загальні моральні цінності і норми (орієнтація на споживача, надійність, якість, етична культура і ін.);
- 5) цінні ресурси і надбання (клієнтська база, що склалася, торгова марка та імідж, сітка постачальників, інтелектуальний капітал, володіння стандартами).

В широкому розумінні нематеріальні активи характерні тим, що у них відсутні речова форма, довготривалість використання і здатність приносити дохід.

Як впливає із вище наведеного, етична культура є одним із важливих нематеріальних активів підприємств сфери послуг. Це пов'язано з тим, що етична культура є сукупністю моральних цінностей та норм поведінки, які проявляються у відносинах між людьми. На підприємстві вона є складовою організаційної культури та іміджу, які формують конкурентні переваги підприємства, бо приваблюють споживачів та партнерів, а за рахунок надійності здатні утримувати їх в якості постійних клієнтів та партнерів. Саме реалізація етичних засад у процесі надання послуг є одним із показників їх якості.

Розглядаючи етичну культуру як нематеріальний актив, можна виділити його економічний та соціальний аспект. В економічному плані характеристикою активу є його вартість, собівартість, необхідність оцінювання, які вимагають спеціальних наукових розробок. Ми зупинимося на соціальному аспекті цього феномену.

Етична культура на підприємстві складається протягом певного часу і проявляється у відносинах та поведінці кожного члена колективу. Вона не може бути простою сумою культури кожного із членів колективу (хоча має її враховувати і підвищувати загальний рівень культури кожного працівника), а цілеспрямовано формується на основі загальноприйнятих в організації цінностей і вироблених норм та правил поведінки, дотримання правил етикету. Основу етичної культури складають етика і мораль.

У науковій літературі розмежовуються поняття етики і моралі. Під етикою головним чином мається на увазі відповідна гілка знання, наука, а під мораллю (моральністю) – предмет, що вивчається нею. Разом з тим, етику, як галузь знань, називають також моральною (етичною) філософією, а для позначення певних моральних (етичних) феноменів використовують термін етика (професійна етика, етика бізнесу) [1, 2].

У основі будь-якої, у тому числі і професійної, діяльності знаходяться такі поняття моралі як цінності, добро і зло, обов'язок і совість, користь, справедливість, раціональність та інші. Будь-яка діяльність будується на певних моральних принципах. Визначення основних моральних принципів менеджменту, на наш погляд, є актуальною проблемою. У науковій літературі розглядають три основні системи моральних принципів: альтруїзм – раціональний егоїзм – егоцентризм. Альтруїзм виявляється в тому, що інтереси інших ставляться вище власних. Егоцентризм – коли свої інтереси ставлять вище за інтереси інших. Раціональний егоїзм полягає в дотриманні правила «не роби іншим того, чого не хотів би, щоб зробили тобі». Прийнято вважати, що альтруїзм і бізнес – речі несумісні. Нажаль, егоїзм у бізнесі на пострадянському просторі – явище масове. На наш погляд в сучасних умовах раціональний егоїзм – єдиний оптимальний шлях розвитку власного бізнесу.

Особливості туристсько-оздоровчої галузі як сфери послуг вимагає дещо іншого підходу до реалізації системи моральних принципів в організації її функціонування і управління. Оскільки цю галузь ще називають сферою гостинності, то альтруїзм має бути основоположним у діяльності підприємств, у професійній і діловій етиці. Адже за законами гостинності інтереси гостей - понад усе, їм приділяється особлива увага і пошана, у першу чергу задовольняються всі їх потреби і побажання, виявляється привітність і знаки уваги. Цим підкреслюється їх особлива цінність і значущість. З боку це виглядає як високий рівень культури обслуговування. Практика управління підприємствами сфери послуг свідчить, що, реалізуючи принцип альтруїзму в обслуговуванні клієнтів, можна істотно вплинути на економічні показники діяльності підприємства такі як заповнюваність готелів та інших місць розміщення туристів, терміни їх перебування, ціни послуг, доходи і прибуток. Отже існує функціональна залежність реалізації етичних принципів в діяльності підприємства і результатів його економічної діяльності.

На основі реалізації принципів альтруїзму або раціонального егоїзму повинна формуватися етична культура підприємства загалом.

Про розуміння значення цього процесу свідчить той факт, що у середовищі бізнесу все частіше зустрічаються випадки розробки Етичного Кодексу – свого роду Конституції професійної та економічної діяльності. Саме у сфері послуг цей документ може формувати і активізувати етичну культуру працівників, надати їй значення нематеріального активу.

Структурно Етичний Кодекс має окреслювати стосунки всередині підприємства – між керівниками і підлеглими, керівниками різних рівнів, між підлеглими як ділові, так і міжособисті; стосунки із споживачами послуг; стосунки з конкурентами; взаємовідносини з інвесторами; вплив на навколишнє середовище; взаємовідносини підприємства та суспільства, в тому числі і взаємовідносини підприємства та місцевого населення. Всі ці складові взаємозв'язані і нероздільні.

Однак варто відмітити, що незважаючи на те що існує багато прикладів Етичного Кодексу, на кожному підприємстві він має мати індивідуальний характер, враховувати особливості галузі, національних і культурних традицій, організаційної і етичної культури. Разом з тим важливо враховувати той факт, що важливо не тільки розробити цей важливий документ, а й дотримуватися його положень у повсякденній діяльності.

Вирішення проблеми етичної культури підприємства не вичерпується розробкою Етичного Кодексу, це копітка робота з персоналом на всіх етапах його формування і розвитку. Головне – розуміння етичної культури як нематеріального активу і використання його у функціонуванні підприємств.

Висновки. У науковій літературі і в практиці управління підприємствами значна увага приділяється пошуку резервів підвищення ефективності діяльності. В умовах обмежених фінансових та матеріальних ресурсів все більшого значення набувають нематеріальні активи, одним із них є етична культура, формування якої повинне базуватися на етичних принципах альтруїзму чи раціонального егоїзму, а також на загально людських цінностях. Феномен етичної культури вимагає більш глибокого вивчення не тільки у філософському та соціальному аспектах, а й в економічному.

Джерела та література:

1. Гусейнов А. А. Этика / А. А. Гусейнов, Р. Г. Апресян. – М., 2000.
2. Лучко М. Л. Этика бизнеса – фактор успеха / М. Л. Лучко. – М., 2006.
3. Мильнер Б. З. Теория организации / Б. З. Мильнер. – М., 2005.
4. Петрунин Ю. Б. Этика бизнеса / Ю. Б. Петрунин, В. К. Борисов. – М., 2000.
5. Салмон Р. Будущее менеджмента / Р. Салмон; под ред. Е. В. Минеевой. – СПб., 2004.