

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭТИКА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

Бондаренко Виктория Сергеевна

студент, Белгородский государственный технологический университет, РФ, г. Белгород

Шаповалов Александр Анатольевич

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, Белгородский государственный технологический университет, РФ, г. Белгород

В прошлом году весь мир столкнулся с новой и довольно сложной проблемой - пандемией новой коронавирусной инфекции, из-за которой многие организации столкнулись с рядом трудностей, таких как экономическая нестабильность и удаленный режим работы.

Символичным в нынешней ситуации, вызванной COVID-19, является то, что мир впервые столкнулся с тяжелой формой инфекции, вызванной коронавирусом, что свидетельствует о необходимости этического осмысления и обучения в ответ на глобальную эпидемию.

Чтобы остаться на плаву и сохранить свои позиции на рынке, многие компании были вынуждены внести изменения в свою деятельность, в частности, трансформировать управленческую этику.

Для начала разберемся, что такое управленческая этика. [1]

Эта концепция имеет множество определений, поскольку она является относительно недавним явлением в менеджменте и еще не до конца изучена. Однако, проанализировав несколько определений, можно выделить то, которое лучше всего отражает суть явления.: управленческая этика – это технологичное этическое знание, опредмеченное в программах, проектах, этических кодексах, нормах, эталонах, стандартах, экспертных заключениях, этических комитетах и других видах практической деятельности, основанных на моральном выборе решений и поступков. [2]

Управленческая этика – это система, которая требует развития. К важнейшим перспективам развития управленческой этики относятся:

1. Глобализация менеджмента, проявляющаяся в появлении транснациональных корпораций и международного менеджмента, глобальной конкуренции и стратегических альянсов. Транснациональная корпорация характеризуется единой информационной системой, особым стратегическим и организационным подходом к управлению и ориентацией на специфические потребности различных регионов. Глобальная конкуренция - это конкуренция на глобальном уровне, выходящая за пределы национальных границ. Стратегические альянсы - это экономические организации, созданные для координации деятельности государств или компаний. В целом, глобализация управления ведет к появлению единых правил ведения бизнеса и стандартов делового общения.

2. Менеджмент - это ключевой ресурс для развития. В отличие от материальных, человеческих и финансовых ресурсов, которые становятся все более ограниченными, потенциал развития менеджмента неограничен. В этом отношении уровень экономического развития стран все чаще определяется не размерами их территории и богатством природных ресурсов, а совершенством их профессионального менеджмента.[3]

3. Неопределенность возрастает при развитии, которое представляет собой совокупность обстоятельств, не очевидных для менеджеров, но влияющих на управление.

Различают два типа неопределенности: неопределенность, возникающая из-за внутренних свойств объектов, и неопределенность, возникающая из-за неполной информации об объектах. Н. Винер утверждал, что источник внутренней неопределенности в социальных системах лежит в их фундаментальной нестабильности.

Уровень неопределенности может быть снижен за счет предвидения эволюции и адаптивного поведения объекта в условиях изменяющейся внешней среды. Гибкость и адаптивное поведение становятся фундаментальными характеристиками деловой этики и менеджмента в целом.

4. Роль и влияние информационных технологий на организацию и этику делового общения постоянно растет. Прежде всего, увеличивается общий объем информации. В то же время письменная форма обмена информацией приобретает все большее значение. Широкое распространение электронной информации сделало недопустимым использование двусмысленных, противоречивых и конфликтных выражений, а также выражений, нарушающих самоуважение и достоинство личности. Возможности для удаленного делового общения, проведения электронных конференций, выполнения секретарских и других задач на дому растут. Жаргон и сленг получили широкое распространение в электронных деловых коммуникациях.

5. Она создает новую организационную культуру, т.е. набор ценностей и правил, которых придерживается компания. Общее направление изменений в организационной культуре - это переход от административной культуры к рыночной. Административная культура основана на дисциплине, иерархии и централизации. Рыночная культура основана на творчестве, самоопределении, сотрудничестве, компромиссе и децентрализации.

6. Концепция лидерства и лидеров меняется. Традиционный менеджмент эволюционировал в сторону специализации. Сегодня менеджер больше не рассматривается как узкий специалист, на него возлагается ответственность за весь процесс создания богатства. Следовательно, оплата труда менеджеров все больше зависит от фактических результатов работы. Доля фиксированной заработной платы уменьшается, а доля переменной заработной платы увеличивается. [4]

7. Подход руководства к рабочей силе меняется. Традиционный подход был основан на сосредоточении внимания на оплате труда сотрудников и организации работы в рамках жесткого рабочего места. В 21 веке работники начинают более высоко ценить интересную работу, сотрудничество, здоровье и отдых, а их зарплата пропорциональна их личным и деловым качествам и достижениям.

8. Лидерство развивается на основе лидерства, которое представляет собой способность лидера убеждать и влиять на сотрудников. Признаками лидерства являются навыки, опыт, положительные человеческие качества, образование и культура. Для лидера характерны такие качества, как гибкий, преимущественно демократический стиль, использование социальных и психологических методов лидерства, сочетание свободы и жесткости в руководстве. [5]

Таким образом, можно сказать, что управленческая этика связана со многими явлениями экономики, с которыми компания может столкнуться за время своего существования.

Эти явления могут быть результатом кризиса и часто меняющихся условий внешней среды компании.

Осведомленность руководителей компании и культура компании оказывают большое влияние на способность компании справиться с кризисом и на то, как быстро она адаптируется к новым условиям. Как бы парадоксально это ни звучало, но кризис - лучшее время для развития креативности и предприимчивости в бизнесе и отдельных людях.

Пандемия, как уже упоминалось, стала кризисным явлением для многих компаний, испытанием, с которым смогли справиться только те организации, которые смогли адаптироваться, изменив или полностью перестроив свою корпоративную культуру.

Список литературы:

1. Iknigi.net [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iknigi.net/avtor-n-troyanskaya/129118-professionalnaya-etika-i-etiket-n-troyanskaya/read/page-8.html>. – Дата доступа: 13.12.2021.
2. Дейвид Д. Этика бизнеса. Глобальная и управленческая перспектив. М.: Олимп, 2018 - С.109..
3. Кузин Ф.А. Культура делового общения: М.: Ось-89, 2018. - С.116..
4. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса. М.: Проспект, 2017 - С.67
5. Шепель В.М. Управленческая этика. М.: Экономика, 2000.