

НАПРЯМ 8. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-336-4-64>

ГНОСЕОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ГУМАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ДЕФІНІЦІЇ ТА СКЛАДОВІ

Косович Богданна Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства*

Львівського національного університету імені Івана Франка

Виклики третього тисячоліття трансформують підходи та методи розвитку підприємництва у напрямку гуманізації. Імплементация гуманістичних цінностей стає невідворотнім процесом в підприємстві. У сучасному світі, як споживачі, так і працівники стають більш вимогливими до гуманної складової підприємств, їх соціальної відповідальності. Гуманізація стає визначальною основою успіху й стабільності розвитку підприємництва на ринку.

Гуманізацію підприємництва можна розглядати як процес приведення господарської діяльності з метою отримання прибутку у відповідність до загальносуспільних потреб, інтересів й міжнародних стандартів стосовно соціально-економічних прав людини [1, с. 44]. Компанії, які практикують гуманізацію, мають кращий імідж в очах споживачів, постачальників та інвесторів, що виражається у вищому попиту на їхні товари, можливостях інвестування. Підприємства, що враховують інтереси персоналу, мають більші шанси на залучення та утримання талановитих працівників. Це забезпечує зростання продуктивності та конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Гуманізація підприємництва – це стратегічний підхід до управління бізнесом, спрямований на створення більш сприятливого і позитивного (людяного) середовища для працівників, споживачів та стейкхолдерів. Цей підхід покликаний підвищити якість життя персоналу, збільшити його задоволеність від роботи, покращити взаємодію між колективом, сприяти соціальній відповідальності підприємства, дбати про довкілля, тобто бути екологічно відповідальним. Також можна зазначити, що гуманізація підприємництва є концепцією, що передбачає переорієнтацію бізнес-практик та корпоративної культури на покращення умов праці працівників, задоволення потреб споживачів та суспільства загалом, формування взаємодії між фінансовими та

соціальними складовими діяльності підприємства, розроблення стратегій, що враховують морально-етичні, соціальні та екологічні питання. Дані визначення гуманізації підприємництва вказують на те, що підприємство повинно не лише досягати фінансових цілей у формі прибутку, але й враховувати та задовольняти потреби персоналу, споживачів, стейкхолдерів, у тому числі громадськість, піклуватись про довкілля та загальносуспільне благо.

Гуманізація підприємства в сучасний період передбачає вирішення різноманітних завдань, спрямованих на створення сприятливих умов для працівників, споживачів, громади та навколишнього середовища.

Основними гуманізаційними завданнями підприємства в сучасному бізнес-середовищі є: покращення умов праці, заохочення та розвиток співробітників; усестороння допомога збройним силам України за для перемоги у війні; здійснення підприємницької діяльності відповідно до морально-етичних стандартів; врахування інтересів персоналу, залучення до прийняття управлінських рішень; дбайливе ставлення до довкілля, впровадження екологізації та сталого розвитку; дотримання стандартів якості виготовленої продукції (робіт, послуг); участь у розв'язанні соціальних проблем та сприяння спільноті (це може включати спонсорство місцевих проєктів, участь у благодійних програмах та інші ініціативи); відповідальність перед споживачами та стейкхолдерами; інноваційний розвиток підприємства.

Представлені завдання спрямовані на створення більш гармонійного, сталого розвитку, де підприємства беруть на себе відповідальність перед працівниками, споживачами й суспільством, враховуючи спільні інтереси та потреби. Гуманізація на підприємстві визначає цінність працівників, забезпечує взаємодію зі споживачами, інвесторами, громадами та іншими зацікавленими сторонами для вирішення спільних завдань, формує збалансоване врахування економічних інтересів підприємства з соціальними та екологічними цілями.

Необхідна умова сьогодення – утвердження гуманістичних засад в усіх сферах суспільного життя. Поняття справедливості, людської гідності, блага та доброчесності не повинні бути лише цінностями свідомості. Вони мають перетворитися у стимулюючі мотиви діяльності політиків, підприємців, державних і громадських діячів. Незважаючи на стійкі упередження, суспільство прагне того, щоб зробити політику моральною, а мораль дієвою [2, с. 80].

Важливе місце у складі напрямів гуманізації підприємства займає діяльність щодо формування і розвитку культури управління підприємством. Гуманізація покращує внутрішню культуру підприємства та комунікацію між різними рівнями управління, що забезпечує більш ефективне управління та прийняття збалансованих стратегічних рішень. Формується відкрите спілкування між різними

рівнями управління підприємством, що сприяє вирішенню конфліктів та покращенню відносин в колективі. Такі риси культурної людини, як ввічливість, тактовність, делікатність, мають бути нормою поведінки підприємця. Доброзичливість, почуття міри, уміння управляти емоціями, стресами формують цивілізований стиль поведінки та сприятливий імідж підприємця на ринку.

Безпрецедентна російська війна нанесла шкоду економічному потенціалу держави, малому та великому бізнесу. Відбудова потребує зусиль та ресурсів усіх учасників ринку. Адаптація економіки до умов війни та післявоєнне відновлення, як показує досвід України, найшвидше відбувається на рівні малого та середнього бізнесу [3, с. 7]. Саме завдяки зусиллям підприємств малого бізнесу у лічені дні були ліквідовані ситуативні дефіцити товарів першої необхідності, що характеризує їх гуманізаційну складову. Вітчизняні підприємства всілякими заходами докладаються до спільної мети – Перемоги – від виробництва необхідних матеріалів до допомоги мирним людям, які постраждали від московської воєнної агресії (привозять продукти, ліки, одяг).

В каталозі [4] зібрано практики 314 компаній, серед яких 227 – національні, 83 – міжнародні, а ще 4 кейси представляють партнерства бізнесів. Компанії-учасники представляють: малий та середній бізнес – 124 компанії, великий бізнес – 189 і 1 бізнес-асоціація. ТОП-6 галузей компаній, що представлені в Каталозі кейсів CSR – ІТ-сфера (87 компаній), сільське господарство (37 компаній), готельно-ресторанний бізнес (23 компанії) і роздрібна торгівля (23 компанії), промисловість і виробництво (17 компаній) та логістика (15 компаній), інші сектори економіки – 112 компаній [4].

Усе більше підприємств в сучасному світі розуміють, що гуманізація є ключем до стійкого розвитку, забезпечення довгострокової прибутковості, позитивного впливу на суспільство та навколишнє середовище. Гуманізація сприяє розвитку партнерських відносин зі співробітниками, споживачами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами. Це може призвести до взаємовигідних угод й спільних ініціатив.

Гуманізація підприємництва відображає зміну парадигми в управлінні бізнесом, де успіх підприємства вимірюється не лише фінансовими результатами, але й позитивним впливом на людей та навколишнє середовище.

Список використаних джерел:

1. Косович Б.І. Гуманізація: інтерпретація крізь призму економіки. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2021. Випуск 61. С. 36–46. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.61.0.6103>

2. Kosovych B. Modern society and ideas of humanism: the need for unity. The XXII International Science Conference «Interaction of society and science: prospects and problems», April 20-23, 2021. London, England. P. 79–82.

3. Косович Б. Гуманізаційні цінності української економіки: виклики війни та можливості збереження. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2023. Випуск 1 (107). С. 5–11. DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-1-1>

4. Каталог внеску бізнесу в Перемогу в російсько-українській війні. URL: <https://csr-ukraine.org/catalog-actions-of-companies-in-the-russian-ukrainian-war/> (дата звернення: 14.12.2023).