

Цитувати можна так: Шутяк Ю.В. Формування єдиної ідеології підприємства як необхідного елементу системи безпеки // Социально-экономические аспекты промышленной политики.

Управление человеческими ресурсами: государство, регион, предприятие: Сб. науч. тр. В 3 т. – Т.3 / НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти; Редкол.: Амоша А.И. (отв. ред.) и др. – Донецк, 2006. – 406 с. – С. 387-392.

УДК 658.3

**Шутяк Ю.В., аспірант
ХНУ, м. Хмельницький**

Формування єдиної ідеології підприємства як необхідного елементу системи безпеки

Постановка проблеми. Вже давно загальноприйнятим серед менеджерів твердженням є те, що найцінніший ресурс підприємства - це самі люди. Багато передових компаній світу сьогодні все більшу і більшу увагу приділяють своєму персоналу, побудові ефективної системи менеджменту. Вітчизняні підприємства також переймають такий досвід, проте прагнення до демократії та проголошені прогресивні принципи управління досить часто залишаються тільки на папері. Персонал найчастіше розглядають, як звичайний ресурс, проте даний ресурс має свої особливості, які потрібно враховувати при прагненні забезпечити належний рівень економічної безпеки підприємства.

Аналіз останніх досліджень. Огляд наукової літератури показав, що питання, пов'язані з економічною безпекою підприємства є ще недостатньо розробленими і в основному стосуються загальнотеоретичних проблем, таких як визначення основних понять і критерію оцінки. Публікацій, які стосуються різних аспектів управління персоналом доволі багато. Проте, дуже мало наукових праць, які б розглядали роль персоналу та управління персоналом через призму економічної безпеки підприємства. Дане питання розглядається у працях Сосніна А.С., Пригунова П.Я., Жукова В.А.

Постановка завдання. Необхідно показати місце і роль персоналу в системі економічної безпеки підприємства та підкреслити важливість формування і підтримки в організації своєї ідеології, яка б сприяла підвищенню результативності роботи із забезпечення безпеки підприємства.

Викладення основного матеріалу. Концепція безпеки підприємства обов'язково включає такі елементи як об'єкт безпеки, суб'єкт безпеки і фактори, від яких залежить її рівень.

Об'єктом безпеки підприємства вважається все те, що потребує захисту, тобто саме підприємство, а також окремі його структурні елементи: підрозділи, ресурси, види діяльності тощо. Оскільки персонал є одним з ресурсів підприємства, він також відноситься до об'єкта безпеки і потребує особливої уваги, оскільки його знання, навички, доступ до конфіденційної інформації можуть представляти інтерес для різних суб'єктів ринку.

Суб'єкти безпеки підприємства – це особи, підрозділи, служби, які займаються забезпеченням безпеки бізнесу. В ролі суб'єкта безпеки підприємства найчастіше розглядають працівників служби безпеки даного підприємства і сторонніх фірм. Проте даний підхід, на нашу думку є дуже вузьким. Кожного члена колективу підприємства потрібно розглядати в ролі суб'єкта безпеки. Тут тільки потрібно зробити зауваження. В людини однією з базових потреб є потреба в безпеці. Тому логічним є те, що кожна людина прагне її задовольнити, тобто вона постійно виступає суб'єктом власної безпеки (як свідомо, так і не свідомо). Але чи буде вона виступати суб'єктом безпеки підприємства? Керівники фірм вже давно усвідомили те, що окремі працівники можуть чинити злочини проти власної компанії. Відділи безпеки функціонують на багатьох підприємствах, і особливо в банківських установах, але їх функції зводяться в основному до попередження крадіжок і шпіонажу.

Пропонуємо підійти до даного питання з іншого боку, тобто розглянути персонал не тільки як джерело загроз, а навпаки. Увесь персонал може і повинен бути суб'єктом безпеки підприємства. Тому завданням менеджменту в

даному випадку є формування такого колективу, в якому кожний працівник буде ототожнювати безпеку організації, в якій він працює, з власною безпекою.

Система економічної безпеки підприємства, на наш погляд, не повинна замикатися на одному структурному підрозділі – відділі безпеки. Повинна функціонувати така система, яка б пронизувала усе підприємство, але її неможливо побудувати без формування чітких принципів, правил, процедур, корпоративних цінностей, тобто без своєрідної філософії та ідеології.

Традиційно ідеологію розуміють як систему ідей, теорій, поглядів, які відображають і оцінюють соціальну дійсність з точки зору інтересів певних груп. Вона спеціально розробляється і відображається в свідомості у формі цінностей, ідеалів, норм і програм поведінки. Ідеологія допомагає згуртувати людей, підготувати їх до узгоджених дій, допомагає закріпити певні способи поведінки працівників організації. Тому правильна ідеологія компанії сприяє прийняттю правильних рішень з боку працівників даної компанії.

На практиці можливі такі ситуації [4, с. 31]: 1) немає єдиної розробленої ідеології, але це не заважає роботі, оскільки розмір підприємства і чисельність персоналу поки що дозволяють керівнику особисто все контролювати; 2) ідеологія існує у вигляді певних документів, але на практиці не впроваджується; 3) ідеологія розроблена і реалізується в повсякденній роботі.

Саме останній варіант і є найкращим. Для того, щоб так було, потрібно враховувати наступне: 1) ідеологію визначає менеджмент підприємства; 2) ідеологія повинна працювати і відображатися у діях персоналу, а особливо у діях менеджерів; 3) ідеологія повинна враховувати фактичний рівень розвитку організації. Якщо буде велика різниця між дійсністю та бажаним станом, ідеологія не буде працювати; 4) ідеологію слід проголошувати, постійно про неї говорити. Як зазначає Лузаков А. [4, с. 30] формулювання цінностей відноситься до найбільш ефективних методів зміни організаційної культури, оскільки заяву про цінності роблять після їх опрацювання та усвідомлення; 5) ідеологія повинна враховувати інтереси різних груп людей, які мають вплив на

організацію, в тому числі інтереси співробітників; б) ідеологія повинна сприяти формуванню здорового клімату в колективі.

Як вже згадувалося нами вище, заставити ідеологію працювати неможливо без цілеспрямованих дій з боку менеджерів компанії з використанням певних методів управління.

Методи управління – це сукупність способів і засобів впливу керівника на об'єкт управління для досягнення визначених цілей. Виділяють економічні, соціально-психологічні та адміністративно-правові методи управління. В даній статті хочемо звернути особливу увагу на соціально-психологічні методи.

Соціально-психологічні методи – це способи впливу на персонал, які базуються на використанні закономірностей соціології та психології. Ці методи спрямовані як на групу співробітників, так і на окремих осіб. Прикладом застосування даного методу є моральне заохочення, переконання тощо.

Науковці та фахівці з питань управління персоналом рекомендують використовувати соціально-психологічні методи при вивченні та розвитку суспільної думки в управлінні життєдіяльністю фірми; вивченні і розвитку настроїв, інтересів, потреб соціальних груп, колективів та окремих людей; формуванні і регулюванні на фірмі надійного морально-психологічного клімату; вивченні, врахуванні і використанні традицій, звичаїв, менталітету окремих соціальних груп, народів, національностей і окремих осіб; вивченні і розвитку соціальних почуттів, емоцій, настроїв і якостей людей, соціальних груп; вивченні і використанні індивідуально-психологічних особливостей особи в роботі: темпераменту, характеру, здібностей.

Як зазначають Соснін А.С. та Пригунов П.Я. [5, с. 174], для служби безпеки соціально-психологічні методи є основними в роботі з персоналом. Використання цих методів допомагає сформулювати і впровадити у життя такі загальні принципи і цінності, які будуть сприйматися колективом, витримують випробовування часом і будуть сприяти розвитку компанії.

Те, якими повинні бути цінності роботи організації та принципи може показати практика. Розглянемо деякі з них на прикладі провідних компаній

світу. Про те, що такі компанії давно вже усвідомили важливість своїх працівників та важливість здорового клімату в колективі свідчать лозунги типу: Procter&Gamble - це її співробітники й основні цінності у відповідності з якими вони живуть. Для нас працівники - це наше найважливіше надбання”, «Працюй із задоволенням!» (Coca-Cola Company). Компанія Procter&Gamble проголошує наступні принципи: 1) ми поважаємо кожного; 2) інтереси компанії та особистості неподільні; 3) до нашої роботи ми підходимо зі стратегічними мірилами; 4) наріжний камінь нашого успіху – постійна новизна; 5) ми працюємо для тих, хто нас оточує; 6) ми цінуємо особисту майстерність; 7) ми прагнемо бути найкращими; 8) взаємна залежність – це наш спосіб життя.

Coca-Cola Company крім того, що формулює свої цінності і принципи, пропонує працівникам і кандидатам на роботу ознайомитися з Кодексом ділової поведінки для «формування єдиних цінностей і прагнень вести справи якомога краще», який відображає політику компанії щодо конфлікту інтересів, фінансової звітності, використання активів компанії, захисту інформації, роботи з клієнтами, постачальниками, урядовими організаціями.

Життєздатність та необхідність окремих принципів роботи, які проголошуються передовими компаніями світу доводить сама практика. Так, прикладом необхідності дотримання принципу командної роботи (або принципу «взаємна залежність – то наш спосіб життя»). може служити ситуація в компанії «Крайслер», яку описує відомий менеджер Лі Якокка в своїй книзі «Кар’єра менеджера»: «Всі проблеми корпорації «Крайслер» фактично зводилися до єдиного знаменника: ніхто не знав, в чому приховуються їх причини. Тут не існувало єдиної команди, була некерована група індивідуальних гравців, більшість з яких не оволоділи ще мистецтвом гри на своїй ділянці поля» [6]. В цей період «Крайслер» був на грані банкрутства.

Відсутність відданості (принцип відданості проголошує Coca-Cola Company, як відданість) з боку працівників призводить до утворення нездорового клімату в колективі: «...Моральна атмосфера ...була дуже нездоровою. А при такій атмосфері фірма перетворювалася в решето. Різного

роду секретні дані починають просочуватися за межі компанії. Коли у людей виникає розпач, страх перед банкрутством і втратою роботи, тоді можливість витоку фірмових секретів стає більшою втричі» [6].

Окремі науковці зазначають, що наш менталітет не дозволяє в багатьох випадках переймати досвід роботи щодо формування цілей, принципів, корпоративної філософії (або ідеології) в іноземних компаніях. На нашу думку, існують такі цінності та принципи, які не залежать від географічних і національних особливостей. Дотримання їх просто необхідне, якщо підприємство й надалі хоче ефективно та результативно функціонувати протягом тривалого часу. Корпоративна етика (діюча, а не формально закріплена), культура, ідеологія хоч і важко, але піддаються змінам. Це не константа, утворена традиціями нації. Багато відомих західних компаній перейняли досвід побудови корпоративної культури, формування своєї філософії у японців. Наприклад, компанія Procter&Gamble впровадила у себе японську систему якості Kaizen, яку також вважають своєю філософією ведення бізнесу. Цьому не завадила значна різниця між культурою і традиціями західних країн і Японії. Крім того, потрібно пригадати і вітчизняний досвід роботи з персоналом, особливо те, як вдавалося підтримувати командний дух і спрямовувати роботу колективу для досягнення єдиної мети.

Висновки. Отже, персонал потребує підвищеної уваги при забезпеченні безпеки підприємства, оскільки він виступає в ролі суб'єкта, об'єкта безпеки і джерела факторів впливу на рівень безпеки підприємства. При цьому потрібно особливу увагу звертати не тільки на економічні та адміністративні методи управління, а й на соціально-психологічні, які відіграють дуже важливу роль у формуванні єдиної організаційної ідеології (цінностей і принципів) і сприятливого організаційного клімату, що укріплює відданість компанії та лояльність з боку її персоналу, для якого починає діяти принцип «мій дім – моя фортеця».

Література:

1. Лузаков А. Философия и идеология фирмы в работе с персоналом. // Персонал Микс. – 2001. – №5. – стор. 23 – 31.
2. Соснин А.С., Прыгунов П.Я. Менеджмент безопасности предпринимательства: Учеб. Пособие. – К.: Изд-во Европ.ун-та, 2004.
3. www.management.com.ua/bp/bp006.html