

МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРЫ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

Барбарош Екатерина

Академия Публичного Управления Назар Надежда, / Государственный Аграрный Университет Молдовы

Резюме: организационная культура выполняет важную роль в формировании инновационного поведения сотрудников. Ценности организационной культуры предприятия отличаются от традиционных. Ее определяет атмосфера независимости, поощрение инициативы, инновации и предприимчивость. Человеческие отношения основаны на доверии и уважении. Так как бизнес всегда является рискованным, должны допускаться случаи неудачи и остаться общее уважение и доверие к человеку. Система контроля нужна для того, чтобы поддержать обоснованность доверенности сотрудников на высоком уровне.

Ключевые слова: организационная культура, мелкий бизнес, управление.

Введение

Большую роль в формировании инновационного поведения работников играет организационная культура. Организационная культура предприятия, ее ценности отличаются от традиционной. Для нее характерны атмосфера самостоятельности, поощрения инициативы, новаторства, предприимчивости. Здесь отношения между людьми строятся на доверии и уважении. Поскольку предпринимательство всегда связано с риском, ошибками и неудачами, в коллективе доверие и уважение к людям должны подкрепляться терпимостью к неудачам. Система контроля обязана поддерживать, с одной стороны, справедливость, с другой – высокое доверие к работникам.

Особенностью организационной культуры малых предприятий является также и то, что люди, работающие на нем должны ощущать себя членами сообщества предпринимателей, испытывать чувство сопричастности к делам предприятия. Для этого поощряются различные формы сотрудничества, поддерживаются различного рода внутриорганизационные объединения, малые группы. Особенно актуальным становится культура ведения бизнеса, в том числе. большое значение необходимо придавать этике бизнеса.

Материал и методы исследования

В работе были использованы общенаучные методы исследования: анализ и синтез, группировки, экономико-статистические методы исследования. Список использованных ссылок приведен в конце работы.

Результаты и дискуссии

Как показывает мировая практика, малое

предпринимательство играет большую роль в экономике даже развитых стран, так как ему свойственны определенные преимущества.

Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого предпринимательства, можно отметить его следующие преимущества:

- Более быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования;
- Большая независимость действий малых предприятий, гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений;
- Относительно невысокие расходы при осуществлении деятельности, особенно затраты на управление;
- Большая возможность индивида реализовать свои идеи, проявить свои способности;
- Более низкая потребность в первоначальном капитале и способность быстро вводить изменения в продукцию и в процесс производства в ответ на требования местных рынков;
- Относительно более высокая оборачиваемость собственного капитала; и др.

В докладе Международного бюро труда отмечается, что малые и средние предприятия располагают значительными конкурентными преимуществами, часто требуют меньше капитальных вложений в расчете на одного работника, по сравнению с крупными предприятиями, широко используют местные материальные и трудовые ресурсы.

Собственники малых предприятий более склонны к сбережению и инвестированию, у них всегда высокий уровень личной мотивации в достижении успеха, что положительно сказывается в целом на деятельности предприятия. Малые предприятия лучше информированы об уровне спроса на местных

(локальных) рынках, часто товары производят по заказу конкретных потребителей, дают средства к существованию значительному числу наемных работников.

Малые предприятия способствуют росту занятости безработного населения, по сравнению с крупными предприятиями, тем самым способствуют подготовке профессиональных работников и распространению практических знаний. Малые и средние предприятия, по сравнению с крупными в отдельных странах занимают доминирующее положение как по их числу, так и по удельному весу в производстве товаров (выполнению работ, оказанию услуг).

Однако, как показывает практика, малому предпринимательству присущи и определенные недостатки, среди которых отметим следующие:

- Более высокий уровень риска, что обуславливает высокую степень неустойчивости положения на рынке;
- Большая зависимость от крупных компаний;
- Ошибки в управлении собственным делом;
- Слабая компетентность руководителей, повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования;
- Трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов;
- Неуверенность и осторожность хозяйствующих партнеров при заключении договоров (контрактов); и др.

Конечно, недостатки и неудачи в деятельности субъектов малого предпринимательства определяются как внутренними, так и внешними причинами, условиями функционирования малых и средних предприятий.

В Республике Молдова малым предприятиям согласно законодательным актам относятся предприятия со среднесписочной численностью до 50 человек и годовой суммой чистых продаж до 25 млн. лей. Большинство малых предприятий Республики Молдова были созданы в процессе приватизации и реструктуризации государственной собственности.

К началу 2015 года в республике насчитывалось 52,3 тысяч малых и средних предприятий (МСП), или 98% в общей совокупности всех хозяйствующих субъектов. Количество работников на этих предприятиях составило 291,7 тысяч человек, или 56,3 %. Большая часть МСП – 20,5 тысяч предприятий или 39% вели свою деятельность в сфере торговли, на долю перерабатывающей промышленности приходилось 9% или 4,8 тысяч МСП.

Отметим, что несмотря на рост количества

предприятий, по сравнению с предыдущими годами, доходы от продаж в них падали. Так, доля доходов МСП от продаж в 2011 г. составила 34,6%, в 2012 г. -34,5%, в 2013 г.-33,4%, а в 2014 г. только 31,8% от общего оборота по экономике.

Этика малого бизнеса является составной частью этики бизнеса. Этика бизнеса представляет собой изучение соответствия моральных норм человека, участвующего в деятельности предприятия. Она не является простым набором определенных моральных стандартов, а представляет собой инструмент анализа и решения проблем, которые встают перед нравственным человеком, занимающимся бизнесом.

Этика бизнеса как область знаний сформировалась в 70-е годы 20-го века в США. По этике бизнеса было издано множество книг, и большинство школ бизнеса сначала в США, а затем и в других странах мира, включая европейские, включили ее в свои учебные программы. Несмотря на это, пока еще трудно определить границы данной области знаний. Кроме того, отсутствует общая методология в этой области. Поэтому изучение роли этики в современном бизнесе представляется актуальным. Особенно это касается этики предприятий МБ, где работает незначительное число работников.

Традиционно этику бизнеса принято делить на макро этику и микро этику. Макро этика рассматривает специфику моральных отношений между макро субъектами социальной и экономической структуры общества, а также его частями. И, аналогично, микро этика – рассматривает эти отношения на микро уровне: внутри предприятия, фирмы.

Этику бизнеса необходимо рассматривать, анализировать и совершенствовать в тесной взаимосвязи с другими областями знаний (Рисунок 1).

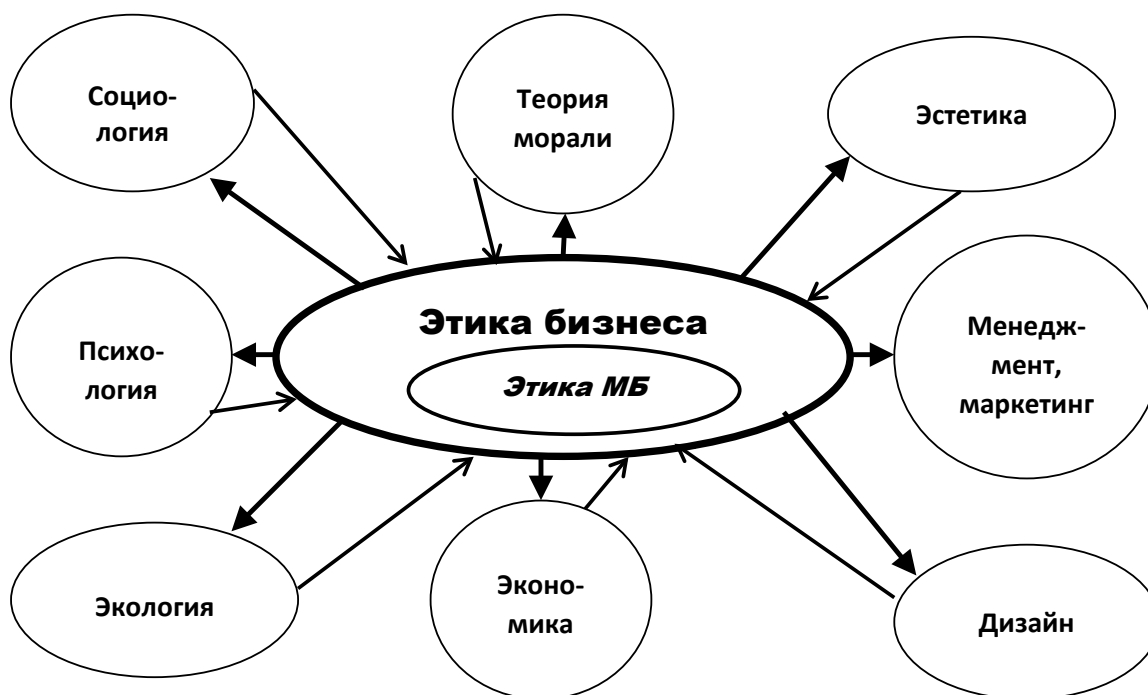


Рисунок 1 - Взаимоотношение между этикой бизнеса и другими областями знаний (разработан авторами)

Необходимо отметить, что на макро уровне иногда бывает трудно определить: где кончается этика бизнеса и начинается экономическая теория. С одной стороны, для этики бизнеса нужно знание экономической теории, а с другой – экономический анализ не может быть целостным без привлечения социальных и моральных ценностей. Особенно остро это касается при системном анализе (изучает диапазон внутренних и внешних причинно-следственных связей явлений) и комплексном подходе (рассматривает объект исследования как имеющий разные проявления).

Деятельность малого предприятия «отражает» особенности своего руководителя. Поэтому руководитель должен быть образцом нравственного поведения и отвечать за создание благоприятного психологического климата в коллективе предприятия.

С целью повышения этичности поведения руководителей и работников можно использовать следующие приемы и методы:

- Кодекс этики (включающий систему общих ценностей и правил этики, нормативы нравственного поведения);
- «Карта этики» (набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующих кодекс этики);
- Консультационное бюро по вопросам этики бизнеса (анализ и разработка рекомендаций);
- Организация и проведение курсов этики (обучение, анализ, экспертиза).

Конечно, данные приемы не исчерпывают все мероприятия, связанные с соблюдением законов и этических норм в деятельности предприятий.

С первых же дней деятельности малого предприятия целесообразно ввести традиции честности и добросовестности во взаимоотношениях как внутри предприятия, так и за его пределами, и каждым работником.

Гирт Хофстэде предложил разбить организационную культуру на следующие этапы:

- Анализ организационной культуры;
- Выбор стратегии менеджмента культуры (включая изменения и их эффективность);
- Анализ прибыльности вводимых изменений;
- Разработка субкультур, требующих разные подходы;
- Отбор «ключевых» работников по всем уровням;
- Проектирование адекватных структурных изменений;
- Пересмотр политики по найму и продвижению персонала;
- Периодически планировать пересмотр менеджмента культуры.

В 2014 г. Правительство Молдовы утвердило План действий на 2015-2017 годы по внедрению Стратегии развития сектора малых и средних предприятий. На поддержку предпринимательства за эти три года планируется направить более миллиарда леев.

Выводы

1. Деятельность малого предприятия «отражает» особенности своего руководителя. Поэтому руководитель должен быть образцом нравственного поведения и отвечать за создание благоприятного психологического климата в коллективе предприятия.
2. Считаем, что для успешного развития сектора малых и средних предприятий республики необходимо решать вопросы повышения этики их коллективов. Представляется, что данные проблемы являются весьма актуальными и для эффективного развития экономики в других странах.

Литература

1. L E G E cu privire la antreprenoriat și întreprinderi nr. 845-XII din 03.01.92 Monitor nr.2/33 din 28.02.1994.
2. LEGE privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii nr. 206-XVI din 07.07.2006 Monitorul Oficial nr. 126-130/605 din 11.08.2006
3. Barbaroș E., Nazar N., Barbaroș I. Managementul afacerilor mici și mijlocii. Manual pentru studii universitare, ciclul II, AAP, Chișinău:Centrul ed. al UASM, 2011, 239 p., 11,2 c.a. ISBN 978-9975-9637-9-4.
4. Барбарошие Е.А., Назар Н.М. Малое предпринимательство Молдовы: проблемы и перспективы. Монография. Издательство: Lambert Academic Publishing, 2015. 149 стр. <https://www.lap-publishing.com/catalog>
5. HOFSTEDE G. Managementul structurilor multiculturale. Editura economica.1996. 304 p. www.statistica.md

MANAGEMENT OF CULTURE OF SMALL BUSINESS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Summary

A major role in shaping the innovation behavior of workers played the organizational culture. The organizational culture of the enterprise, its values are different from the traditional. It is characterized by an atmosphere of independence, encouraging initiative, innovation and enterprise. Human relations are based on trust and respect. Since business is always risky in the collective of trust and respect for people should be supported tolerance for failure. The control system is required to maintain, on the one hand, the validity of the other - high confidence in employees

Key words: organizational culture, small business, ethics, management