УДК 174:658

ПРОФЕСІЙНА ТА ДІЛОВА ЕТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сухомлин А. С., студ. гр. ПТт-181
Науковий керівник:**Соломаха І. В.,** к.е.н., доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»

Професійна етика – це такі моральні обов'язки, в яких відбивається ставлення представника певної професії до об'єкта праці, до колег, до партнерів, до членів суспільства. Це усвідомлення своєї моральної відповідальності і готовності виконувати свій професійний обов'язок [1].

Професійна етика регулює відносини між керівником і підлеглим, фахівцем і клієнтом, бізнесменом з іноземцями тощо.

Професійна етика перш за все базується на таких основних принципах, як: професійна відповідальність, професійний обов'язок, професійна совість.

А також вона базується на додаткових принципах, які тісно пов’язанні з основними, це: професійна честь, професійна гідність, професійна справедливість, професійний такт.

Професійний обов’язок – обов’язок який чітко й детально фіксує службові обов'язки в певній діяльності чи галузі діяльності. Саме усвідомлення свого професійного обов'язку спонукає багатьох фахівців ставитися до справи з найбільшою відповідальністю, орієнтуватися не стільки на особисті, скільки на громадські, національні інтереси. Крім того професійний обов’язок не тільки визначає загальні правила виконання фахівцем своїх службових обов'язків, а й часом наказує його поведінку в різних ситуаціях,

Професійна відповідальність характеризується моральним ставлення фахівця до інших людей. до суспільства, та визначає здатність людини свідомо виконувати певні моральні вимоги і стоячі перед ним завдання, здійснювати правильний моральний вибір, досягати певного результату [1].

Професійна совість допомагає фахівцеві подивитися на зміст, результати своєї праці з позицій загальнолюдських моральних цінностей.

Професійна справедливість передбачає рівність всіх працівників, тобто відсутність поділу «своїх» і «чужих», «зручних» і «незручних», «союзників» і «конкурентів». Результати такого поділу можуть призвести до руйнування морально-психологічного клімату в колективі та негативно позначитися на результатах того чи іншого виду діяльності.

Професійна честь і професійна гідність розкривають ставлення особистості до самої себе і ставлення до неї з боку суспільства, інших осіб. І хоча ці поняття є тотожними, проте вони відрізняються між собою.

Професійна честь це – усвідомлення фахівцем змісту свого професійного обов'язку та необхідності його виконання, визнання і оцінка суспільством, колективом дійсних заслуг особистості, наявність у фахівця постійної та готовність в будь-яких умовах і в будь-який час до кінця виконати професійний обов'язок, зберегти і не заплямувати свою честь.

Професійна гідність – відображає, перш за все, конкретне втілення і використання фахівцем своїх прав, свобод, обов'язків, відповідальності як самовираження особистості.

Професійна етика виражається через кодекси поведінки, які встановлюють моральні взаємини між членами колективу [1].

Ділова етика – це насамперед манери ведення переговорів із партнерами; та ведення документації; зовнішній вигляд та інше.

Кожне підприємство розробляє свою манеру проведення переговорів, проте результат який бажає отримати підприємство є для всіх однаковий – подальша співпраця. Під час переговорів легше встановити контакт коли партнери розмовляють однією мовою, є обізнаними та володіють інформацією про об’єкт переговорів, здатні йти на поступки,

намагатися вирішувати питання без суперечок, а у разі виникнення суперечки не допустити переростання нормальної суперечки з ділових питань в міжособистісну конфронтацію.

Крім манери спілкування під час переговорів, науковці виділяють ще 3 моделі спілкування :

- ставлення керівника до підлеглих («згори - вниз»);
- ставлення підлеглого до свого керівника («знизу – вгору»);
- між колегами.

Від того як буде налагоджений механізм людських відносин у підприємницькому середовищі (як внутрішньому, так і зовнішньому), буде залежати авторитет підприємця та його успіх на ринку [1].

На сьогоднішній день мабуть не існує жодного підприємства яке б не дотримувалась певного дресс-коду, тому він є не від'ємною частиною ділової культури. В бізнесі надається перевага таким видам одягу, як: для чоловіків - ділові костюми, для жінок це можуть спідниці, блузки, офісні сукні, або ділові сукні.

Залежно від того яким, видом діяльності займається підприємство обирається колір костюму. Такі галузі, як фінанси, консалтинг або автомобільний бізнес, дотримуються тільки офіційних бізнес-тонів. До них відносяться: темно-синій, темно-сірий, а для урочистих заходів - чорний. І те, що для світу фінансів є абсолютним табу, в текстильному, дизайнерському або рекламному бізнесі може бути цілком природним.

Крім дотримання професійно етика, ділового спілкування, дресс-коду в бізнесі прийнятно дарувати подарунки. Про те не будь-який подарунок можна одарувати своєму бізнес-партнеру. Прийнятно дарувати: пера, гаманці, сумки, алкоголь, книги тощо. Не прийнято дарувати приладів для паління, тютюнових виробів, предмети туалету, білизну, колготи, навіть якщо вони від престижних фірм. Винятком із цього переліку є краватка, яка у певних випадках вважається допустимим сувеніром. Серед сучасних подарунків бізнес-класу популярною стала цифрова фоторамка, яку можна використовувати для перегляду світлин, для реклами і в якості презентаційного обладнання. Дорогоцінні подарунки даруються фірмою фірмі лише в особливих випадках, наприклад, на ювілеї. В такій ситуації подарунком може бути оргтехніка, антикваріат і навіть автомобіль. Подарунки фірмі вручаються на загальних зборах її працівників у святковій атмосфері.

Проаналізувавши вище викладений матеріал можна зробити висновок що успіх підприємницької діяльності залежить від багатьох факторів. Для ведення бізнесу не достатньої тільки статутного капіталу, наявності обладнання, та інших факторів необхідних для здійснення господарської діяльністю. Бізнес це перш за все професійна та ділова етика.

Список використаних джерел

1. Лавриненко, В. Н. Деловая этика и этикет/ В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 118 с

УДК 664:663.813

ОЦІНКА ЯКОСТІ СОКІВ

Сетун М. А., студ. гр. МПТп-191
Науковий керівник: **Денисенко Т. М.,** к.т.н., доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»

Багато українських споживачів оцінюють сокову продукцію як смачний і приємний напій. Разом з тим соки і сокова продукція є одним з найважливіших джерел отримання необхідних організму поживних речовин, а саме, вітамінів, мінералів, глюкози, фруктози, мінеральних солей та органічних речовин.

Результати, багаторічних досліджень фахівців в галузі харчування, підтверджують позитивний вплив соків і сокової продукції на здоров'я людини. У своїх працях вони