

10. Либман А.М. Эндогенные границы и распределение власти в федерациях и международных сообществах / А.М. Либман. – М.: Институт экономики РАН, 2009. – 75 с.

2. Мак-Нил У. В погоне за мощью: Технология, вооружённая сила и общество в XI–XX веках / У. Мак-Нил; пер. с англ. Тиграна Ованнисяна. – М.: Территория будущего, 2008. – 454 с.

12. North D. Institutions And Productivity in History [Электронный ресурс] / EconPapers; Sune Karlsson // Swedish Business School at Örebro University, 2010. – Режим доступа: <http://econpapers.repec.org/about.htm>

13. Ролан Ж. Экономика переходного периода / Ж. Ролан; пер. с англ. под ред. С.М. Гуриева и В.М. Полтеровича; Гос. ун-т. – Высшая школа экономики, Институт «Экономическая школа». – М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2007. – 566 с.

14. Лефрансуа Г. Теории научения. Формирование поведения человека / Г. Лефрансуа; пер. с англ. Т. Пешкова; ред. А. Гусев. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 288 с.

15. Рішення Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі від 06.09.2012 № 1 Щодо результатів моніторингового дослідження «Соціально-психологічний аспект впливу ЗМІ на підлітків загальноосвітніх навчальних закладів м. Києва». – К., 2012. – 35 с.

16. Тимошук О. Рейтинг неповаги. Чому українці не довіряють правоохоронцям? / О. Тимошук // Юридичний вісник України. – 2012. – № 5. – 4–10 лютого.

Обоснована необходимость мониторинга институтогенеза. Проанализированы факторы институтогенеза в развивающейся экономике. Выявлены границы применения бихевиоризма в анализе институционального конструирования.

Ключевые слова: бихевиоризм, институциональное конструирование, институциональный мониторинг.

The necessity of monitoring of institutes' genesis is substantiated. Factors of institutes' genesis in developing economy are considered. The scope of application of behaviorism in the analysis of institutional design is identified.

Key words: behaviorism, institutional design, institutional monitoring.

Одержано 24.09.2013.

УДК 17.3.085

О.Ю. Куянова

ЭТИКА И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Рассмотрены основные этические дилеммы, их взаимосвязь с социальной ответственностью, а также стадии морального развития менеджера.

Ключевые слова: этика, этическая дилемма, социальная ответственность, заинтересованная группа.

В средствах массовой информации регулярно появляются материалы, которые отражают недовольство общественности деятельностью различных компаний.

Нашей целью будет рассмотреть действия организаций и издержки, которые они несут, пренебрегая принятыми в обществе и бизнесе этическими принципами. Размышляя над значением управленческих решений для жизни общества, можно прийти к выводу, что, во-первых, невозможно обойти этические дилеммы, а во-вторых, простых ответов на эти вопросы, равно как и идеальных рецептов менеджмента, не существует.

Примером может служить известная компания Ford, когда в конце 1960-х годов давление иностранных конкурентов на автомобильный рынок США существенно возросло, президент компании Ли Якокка предложил значительно сократить время постановки на конвейер новой модели «Ford Pinto».

Во время испытаний новой модели в компании Ford руководствовались требованиями текущего законодательства и рассматривавшихся в Конгрессе США законопроектов, один из которых предполагал установить правило о полной безопасности автомобилей при лобовом столкновении на скорости 50 км/ч. Испытания на прочность «Ford Pinto» показали, что при ударе на скорости свыше 35 км/ч весьма высока вероятность возникновения пожара из-за повреждения бензобака. Однако полученные результаты были скрыты от Ли Якокки, который любил повторять, что «безопасность не продается».

Менеджменту пришлось выбирать между сроками начала производства и безопасностью пассажиров. Анализ «затраты-выгоды» показал, что внесение изменений в конструкцию «Ford Pinto» обойдется в \$11 на один автомобиль. (Выгоды от внесения изменений – \$49,5 млн; затраты, связанные с внесением изменений, – \$137,5 млн).

Менеджмент пришел к выводу о нецелесообразности внесения изменений в конструкцию «Ford Pinto», т. к. она соответствовала всем федеральным стандартам безопасности (хотя и не отвечала требованиям проектов новых законов) и в данном аспекте ничем не отличалась от автомобилей конкурентов.

В 1971 г. компания Ford начала массовое производство модели «Ford Pinto». За 1971–1978 гг. в результате возгораний бензобаков погибли от 1700 до 2500 чел. После принятия в 1977 г. новых федеральных стандартов Ford отозвала для модификации бензобаков все «Pinto» выпуска 1971–1976 гг. Против компании Ford были возбуждены массовые иски, и в соответствии с судебными решениями общая сумма компенсаций составила \$250 млн.

Так называемая этическая дилемма возникает в ситуации, когда все альтернативные решения или варианты поведения являются нежелательными из-за своих негативных моральных последствий.

Вашей компании намекнули на необходимость «немного заплатить», чтобы ускорить процесс оформления партии импортных товаров. Взятки – весьма распространенное явление. В случае вашего отказа пострадает, прежде всего, компания. Быть может, данная процедура аналогична чаевым метрдотелю понравившегося вам ресторана?

Ваш начальник говорит, что не может повысить вам зарплату в этом году из-за ограниченности бюджета, но он закрывает глаза на то, что цифры в ваших отчетах о расходах немного возрастут.

Вот с такими имеющими отношение к вопросам этики дилеммами и приходится регулярно сталкиваться менеджерам.

Некоторые исследователи, озадаченные отсутствием простых решений этических проблем, приходят к выводу о том, что деловая этика просто идет в разрез с мировой практикой бизнеса. С другой стороны, такие ученые, как Э. Штернберг (Sternberg) и Э. Вэллэнс (Vallance), отмечают, что секрет принятия этических решений состоит в том, чтобы использовать модели в специфических деловых ситуациях по мере их возникновения, а не в поисках универсальных рецептов.

Большая часть деловых решений носит компромиссный характер, и менеджменту необходимо четко осознавать их возможные последствия. Некоторые компании принимают настоящие моральные кодексы. Организации, не склонные к торжественным публичным заявлениям, должны просто не забывать об ответственности, которую налагает на них ведение бизнеса.

Если менеджера уличают во лжи, обмане или воровстве, вина обычно возлагается или на человека, или на ситуацию. Большинство из нас считают, что этически корректные решения принимаются по велению совести. Это, конечно, правда, но не вся. Этическая или аморальная практика бизнеса – форма выражения системы ценностей, отношений, убеждений и манеры поведения, принятых в организационной культуре. Таким образом, этические проблемы являются, скорее, организационными, нежели личностными. Менеджер привносит в работу свои личные черты и манеры поведения. Индивидуальные потребности, семья, религиозные убеждения – все эти факторы формируют систему ценностей менеджера. При принятии этически верных решений менеджер ориентируется, прежде всего, на отдельные личностные характеристики, такие как собственное эго, уверенность в своих силах, развитое чувство независимости.

Одна из наиболее важных личных характеристик менеджера – стадия его морального развития. На стадии предшествующего развития людей интересуют, прежде всего, внешние выгоды и наказания. Подчинение власти основывается на угрозе негативных последствий в случае неповиновения. В организационном смысле этой стадии соответствуют менеджеры, использующие авторитарный или принудительный стиль руководства, а также менеджеры, ориентирующиеся на гарантии исполнения отдельных задач. На стадии общего развития люди адаптируются к ожиданиям положительного поведения коллег, семьи, друзей, общества. Предпочтительным способом достижения целей становится совместная работа в группах. Наиболее адекватным способом руководства становится поощрение взаимодействий и кооперации. На стадии последующего развития люди руководствуются, прежде всего, внутренними ценностями и нормами, во многих случаях игнорируя правила и законы, требующие нарушения этих норм. Внутренние ценности становятся более важными, чем даже существенные внешние. Внимание менеджеров концентрируется на потребностях последователей и стимулировании окружающих к самостоятельному мышлению, решению возникающих проблем, исходя из принципов морали.

Подавляющее большинство индивидов находятся на второй стадии развития, а третьей стадии достигают всего 20% взрослых. Такие люди прини-

мають етично коректні рішення, навіть якщо вони чреваті отрицательними наслідками, перш за все для них самих.

Жінки сприймають соціальні реалії по-своєму, інакше, ніж чоловіки. Складні моральні проблеми жінки сприймають більш тонко і проникливо, ніж чоловіки, і приймають моральні рішення не по принципу «хорошо-погано», а по принципу «не нашкоди». Вероятно, жіноче відчуття правильності рішення від природи пов'язано з етикою, турботою. Таким чином, жінки ідеально підходять для обслуговуючого стилю лідерства, в якому гостро потребують сучасні організації.

К факторам, обумовлюючим необхідність відповідності поведінки менеджерів все більш високим етичним рівням, відноситься вплив на мораль і культуру організацій процесів глобалізації.

Разглашение секретов компанії вважається неетичним в багатьох країнах світу, але далеко не в усіх. Служащі, які працюють в компаніях висококонкурентних галузей, таких як електроніка, програмне забезпечення, індустрія моди, можуть спокуситися продати інформацію про плани компанії її конкурентам. Прикладом такої ситуації може бути компанія «Dugawool», американський виробник тонкої сталевих стрижки. Керівництво цієї компанії було ошеломлено тим, що китайське законодавство практично не захистило інтереси компанії, коли один з місцевих службовців уволілся з дочірнього підприємства компанії, що знаходиться в Китаї, і відкрив конкуруючу фірму, використовуючи технологію «Dugawool».

Що стосується проблеми соціальної відповідальності, то, з однієї сторони, концепція відповідальності компанії перед суспільством, як і поняття етики, проста: вона означає, що компанія повинна відличати погане від хорошого і діяти відповідно до прийнятих в суспільстві моральних норм. Формальне визначення соціальної відповідальності передбачає обов'язок керівництва організації приймати рішення і виконувати дії, які збільшують рівень благополуччя і відповідають інтересам як суспільства, так і самої компанії.

А перед ким, власне, повинна нести відповідальність організація? З точки зору соціальної відповідальності, найбільш продвинуті організації розглядають свої внутрішню і зовнішню середовища як множину зацікавлених груп.

Зацікавленою групою називається будь-яке суспільство всередині організації або поза нею, пред'являюче певні вимоги до результатів діяльності компанії і характеризується певною швидкістю реакції:

- акціонери;
- споживачі;
- працівники;
- постачальники/бізнес-партнери;
- суспільства;
- суспільство;
- навколишнє середовище;
- майбутні покоління.

Если какая-то заинтересованная группа лиц не удовлетворена деятельностью организации, ее реакция может поставить под угрозу дальнейшее существование компании.

Что делать компании, когда она сталкивается с каким-либо проявлением социальных потребностей? Если заинтересованная группа, например, местные органы власти, предъявляет к компании новые требования, какие действия ей следует предпринять? В теории менеджмента разработан набор ответных действий, к которым прибегают компании в подобных ситуациях. Действия эти могут иметь препятствующий, оборонительный, приспособленческий и проактивный характер (рис. 1).

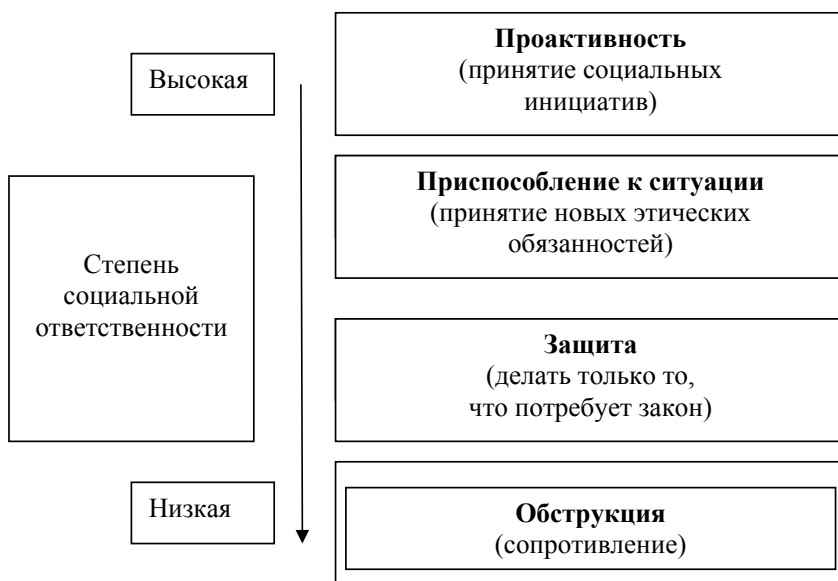


Рис. 1. Реакция компании на социальные дилеммы

Обструкция означает отказ компании от всех обязанностей, заявление о том, что так называемые доказательства их поступков – обман и подлог, всяческие препятствия расследованию (если таковое проводится).

Тактика защиты предполагает, что организация принимает на себя ответственность за некоторые ошибки и упущения, никак не препятствует возможным расследованиям. Менеджеры, склонные к подобным реакциям, считают, что «такие вещи случаются, но в них никто не виноват».

Приспособление компании означает, что менеджмент принимает социальную ответственность за действия организации, хотя, возможно, делает он это, уступая внешнему давлению. Придерживающиеся этой тактики компании стремятся выполнять свои экономические, юридические и этические обязанности, и в случае давления на них внешних сил сворачивают подвергнутую критике деятельность.

Проактивные действия предполагают, что компания берет на себя инициативу в социальных вопросах, самостоятельно идентифицирует

общественные интересы и действует, не дожидаясь указаний или давления со стороны заинтересованных групп.

Таким образом, тактики обструкции обычно придерживаются фирмы, деятельность которых основана исключительно на экономических соображениях. Защищающиеся организации согласны идти на уступки в рамках закона. Приспосабливающиеся компании в полной мере реагируют на этическое давление со стороны. Проактивные компании принимают на себя дополнительные обязательства и способствуют повышению благосостояния общества.

Переходя от теории социальной ответственности к существующим реалиям Украины, хотелось бы отметить следующее. На сегодняшний день становление социальной ответственности в Украине находится на начальном уровне. Однако присутствует позитивная тенденция – все больше украинских компаний понимают, что им необходим переход от имиджевых акций к социальным проектам. Все больше компаний выделяют ресурсы, время, сотрудников для работы на благо общества и отчитываются о своих достижениях в социальной сфере. В основном компании, которые ввели у себя СОБ, – крупные холдинги, обеспокоенные своим имиджем, либо банки, для которых законодательно установлены более высокие требования по прозрачности ведения бизнеса.

Одной из моделей социальной ответственности, которая реализуется в Украине, является сбор средств в трудовых коллективах. Обширную работу по внедрению данной модели проводит «Фундация для Украины – партнерство ради социальных изменений». Количество поддержанных ею проектов – около 30 по регионам Украины. Среди них благотворительный фонд «Эко-милосердия», «Благовест», благотворительная организация «Касталия-Фонд», «Жемчужина Буковины» и др.

Согласно существующим моделям сбор средств может осуществляться через корпоративный фонд (подписывается меморандум о сотрудничестве, с указанием полного перечня возможных сфер вложения средств); общественную организацию (сфера деятельности которой более широкая, по сравнению с фондом); отдельный благотворительный фонд; фонды местных общин.

Все более распространенной практикой является добавление компанией, осуществляющей сбор пожертвований у трудового коллектива, после сбора средств, определенной суммы и затем передача общей суммы на благотворительность.

Корпорация «СКМ» является примером успешной проактивной позиции. В ней, кроме сбора средств на местах, создан благотворительный фонд «Развитие Украины». Примером социальной ответственности группы компаний «СКМ» может быть деятельность, которая осуществляется на ОАО «Авдеевский коксохимический завод» – это сбор средств, которые затем направляются на завтраки для малоимущих, на другом предприятии – ОАО «Харьковский трубный завод» – осуществляется добровольное отчисление средств сотрудников (до 0,1% от заработной платы) в фонд помощи ветеранам.

Количество благотворительных фондов и общественных организаций, а также проводимых ими акций – растет. Компаниями, которые поддержива-

ют социальные инициативы, в Украине являются следующие: ассоциация «Сименс Украина», «АСС-Ukraine», «USaid», «НИКО» (фонд «Крона») совместно с «Фокстрот Украина», «Avon», страховая компания «Инго-Украина», журнал «Единственная», «Ernst&Young», банк «Надра», «Интерпайп».

Компания «Avon» проводит акцию под названием «Avon против рака молочной железы»; компания «Филипп Моррис Украина» на протяжении нескольких лет выделяет значительные средства на лечение детей, пострадавших в результате аварии на Чернобыльской АЭС, одиноким пенсионерам и инвалидам.

Негативным фактором, который тормозит развитие благотворительности и социальной ответственности, является отсутствие законодательного стимулирования подобной деятельности. Для крупных организаций этот фактор менее чувствительный, поскольку благотворительность стала частью их имиджа.

Однако средние и мелкие компании занимались бы благотворительностью значительно охотнее, зная, что она дает налоговые преференции.

На сегодня законодательство Украины признает общественную значимость социальной ответственности и поэтому разрешает включить в валовые расходы, направленные на благотворительность, суммы средств или стоимость товаров, работ или услуг. Однако существует законодательное ограничение суммарного размера расходов, на которые распространяются эти налоговые льготы. Оно определяется «вилкой» не менее 2 и не более 5% налогооблагаемой прибыли предыдущего отчетного года. Также негативным фактором является отсутствие прозрачной и понятной законодательной базы, а основным регулирующим нормативным документом в данной сфере является Закон Украины «О благотворительности и благотворительных организациях».

Преимуществами, которые получает бизнес от внедрения принципов социальной ответственности, являются такие:

- уменьшение расходов, поскольку много инициатив, направленных на улучшение среды, в которой работают компании, позволяют сократить расходы на ведение бизнеса;

- улучшение связи с рынками, поскольку увеличивается количество потребителей, принимающих решение относительно покупки того или иного товара не только за традиционными категориями, но и базируясь на ценностных критериях;

- мотивированный персонал, поскольку работники отдадут предпочтение тому работодателю, который придерживается близких им ценностей. Это способствует улучшению командной работы и дает возможность бизнесу достичь своих стратегических целей;

- повышение статуса бизнеса в обществе, улучшение репутации и распознавание бренда: компании становятся лучшими и более ответственными, получают надлежащее признание общества. Увеличение

активности бизнеса в обществе может помочь определить новые возможности расширения бизнеса и рынков, а также укрепить отношения бизнеса с существующей клиентской базой.

Итак, можем сделать вывод, что соблюдение этических принципов и социально ответственная деятельность ни в коей мере не наносят ущерб-

ба организациям. Напротив, менеджеры и их компании могут внести свой вклад в улучшение жизни общества и одновременно добиться повышения экономических показателей.

Список использованных источников

1. Мирошниченко А.А. Этика деловых отношений / А.А. Мирошниченко. – М.: МИЭМП, 2011. – 86 с.
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции / Ю.Е. Благов. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. – 272 с.
3. Уткин Э.А. Этика бизнеса / Э.А. Уткин. – М: Теис, 2003. – 272 с.
4. Краплич Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: Досвід Фондації Острозьких: посіб. для бізнесу та неприбуткових організацій / Р. Краплич. – Рівне, 2005. – 74 с.
5. Ethical Corporation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ethicalcorp.com/>
6. Business Ethics Magazine [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ethicalcorp.com/>

Розглянуто основні етичні дилеми, їх взаємозв'язок із соціальною відповідальністю, також стадії морального розвитку менеджера.

Ключові слова: етика, етична дилема, соціальна відповідальність, зацікавлена група.

In the article the basic ethical dilemmas, their relationship with social responsibility, as well as the stages of manager's moral development are considered.

Key words: ethics, ethical dilemma, social responsibility, an interest group.

Одержано 3.09.2013.

УДК 339.9

Е.М. Лимонова

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗМІСТУ ТНК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті досліджено якісні та кількісні аспекти глобалізації, визначено основні рушійні сили та причини глобалізації, проаналізовано основні напрями концептуалізації глобалізації та основні етапи розвитку транснаціональних корпорацій, що дозволило виявити протиріччя причинно-наслідкового зв'язку ТНК і процесів глобалізації.

Ключові слова: транснаціональна корпорація, глобалізація, глокалізація, детериторізація, гіперглобалізм, скептицизм, трансформізм.

Постановка проблеми та її зв'язок з науковими і практичними завданнями. Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується розвитком процесів глобалізації та транснаціоналізації діяльності фірм.