

О. В. ВИНОСЛАВСЬКА, канд. психол. наук, доц.
(Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут",
Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України, м. Київ)

ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙ У МІЖНАРОДНОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ

Наукові праці МАУП, 2003, вип. 11, с. 24–26

Порушено актуальну в умовах ринкової економіки проблему додержання етичних вимог у відносинах між організаціями – партнерами по бізнесу. Розглянуто питання запровадження загальних етичних норм як передумову гармонізації суспільства. Показано значущість урахування глобальних етичних норм та їх співвідношення з культурними особливостями різних народів.

Багато міжнаціональних компаній, які працюють нині на світовому ринку, стикаються з етичними проблемами інновацій. Водночас, хоча подальша глобалізація міжнаціональних корпорацій забезпечує нові бізнесові й економічні можливості, вона ж призводить до конфліктів між культурами з різними цінностями і моральними нормами поведінки. Особливо це стало актуально, коли відкрилися територіальні та культурні кордони України до Європи та інших країн світу. Цілі корпорацій, їх політика, зусилля змушені стикатися з крос-культурними та моральними відмінностями при впровадженні інновацій [5].

У таких умовах великого значення набуває розвиток глобальної етики, спрямованої на моральну регуляцію діяльності партнерів по бізнесу, а також гармонізацію взаємовідносин міжнародних корпорацій з приймаючими країнами. Наприклад, глобальна етика може бути покладена в основу економічної політики, розробленої для захисту природних лісів та водоймищ. Така етика сприятиме зменшенню конфліктів у дедалі поширюваних сферах промислової діяльності, шкідливої для навколишнього середовища.

Що глибше різні нації, фірми чи міжнаціональні підприємства поділяють цінності, переконання партнерів, узгоджують думки щодо етичного розв'язання інноваційних проблем, то можливість стає гармонізація взаємовідносин у процесі запровадження глобальних етичних норм. Як засвідчує досвід, для цього необхідно:

- усвідомлювати наявність чотирьох категорій цінностей (універсальних, які поділяють усі людські суспільства; подібних, але відкритих для культурної інтерпретації; спільних з натяжкою; повністю несумісних [4]);
- сприймати відмінності між культурами на різних їх рівнях (індивідуальному, корпоративному, національному);
- бути компетентним в обговоренні відмінностей до узгодження, що задовольнятиме обидві сторони [3].

Оскільки переговори є процесом, коли одна сторона намагається переконати іншу приєднатися до її ідей, планів, поведінки, очевидно, існують і чинники, які можуть сприяти досягненню цієї мети. Розглянемо чинники [3], що впливають на те, як корпорація інтерпретує ситуацію для прийняття рішення про доцільність проведення переговорів.

Цінність обміну. Що більшою мірою корпорація покладає надію отримати якнайбільший прибуток від обміну ресурсами з іноземною фірмою, то важче їй продовжувати переговори.

Зобов'язання. Якщо окрема проблема потребує високого рівня зобов'язань і має важливе значення для компанії, то значнішим є ступінь, до якого вона бажає обговорювати цю проблему. Отже, фірма витратить на переговори так багато часу, якою мірою важливою для неї є проблема.

Взаємовідносини. Що кориснішими вважаються успішні взаємовідносини з іноземною фірмою, то більшим є бажання корпорації вести переговори.

Час. Оскільки переговори є процесом, що потребує часу, фірма продовжуватиме їх як стратегію тільки за умови, що існує достатньо часу для завершення переговорів. Що терміновішою є ситуація, то менше шансів у переговорів стати стратегією.

Рівень довіри. Що вищий рівень довіри між партнерами, то вищою є можливість успішних переговорів. Практика свідчить, що чесні переговори сприяють підвищенню існуючого рівня довіри.

Розподіл впливу. Якщо сфера впливу фірми мало поширюється на іншого партнера, вона буде більш схильною до переговорів через неможливість забезпечити реалізацію її власних цілей у бажані терміни. Позицією "змінити або залишити" ставлення найвірогідніше оволодіє впливовіша фірма [1].

Що більшою мірою учасники переговорів схильні розглянути якомога більше інтересів, результатів та альтернатив, обговорити взаємовигідні сфери інтересів, зосередитися на довготривалих проблемах, сконцентруватися на обговоренні проблем, а не на повторенні їх переліку, запропонувати можливі результати замість жорстких вимог, то більше шансів у міжнародної корпорації і приймаючої країни досягти гармонізації взаємовідносин і попередити виникнення крос-культурних конфліктів.

Якщо у процесі введення інновацій крос-культурний конфлікт все ж таки виник, то для переконання іншої сторони погодитися з метою, ідеєю або поведінкою корпорації або партнера вони можуть застосувати кілька підходів [2]. Ці підходи включають *уникнення, силування, навчання/переконання, проникнення, обговорення/компроміс, згоду, співробітництво*. Важливо зазначити їх залежність від індивідуальних особливостей партнерів, непередбачуваних обставин, а також від процесуального аспекту стратегії. Зрозуміло, однаковий виграв обох сторін завжди бажаний, але не завжди можливий. Тому зазначені підходи лише пропонують шляхи мінімізації подальшого конфлікту і сприяють узгодженню зустрічних вимог.

Уникнення. У разі використання цієї техніки конфлікт переводять на задній план і безпосередньо не обговорюють. Якщо одна сторона має значно сильнішу позицію в бізнесі, уникнення як стратегію переговорів і вирішення конфлікту може бути використано для запобігання, продовження або загострення етичних конфліктів.

Силування. Цю техніку використовують тоді, коли одна сторона нав'язує свою волю іншій.

Багатьох мультинаціональних корпорацій зневажають за нешанобливе ставлення до культури приймаючої країни і грубе втручання в неї. Саме це є причиною протестів антиглобалістів у різних країнах світу.

Навчання/переконання. Ця техніка спирається на застосування специфічних засобів визначення цінностей однієї сторони з метою схилити іншу сторону засвоїти її позицію. Мультинаціональні корпорації навчають підприємців приймаючої країни використанню нових технологій, але мультинаціональні підприємства мають узгоджувати з місцевим урядом розподіл ресурсів і сприяти розвитку місцевої економіки.

Проникнення. Ця техніка становить багаторазово повторюваний повільний процес введення інших у вашу етику. Проникнення може призвести до широкої ухвали окремих ідей, якщо вони деякою мірою привабливі для певних людей. Проникнення найчастіше відбувається мимовільно, аніж стратегічно. Наприклад, Україна реалізує політику ринкової економіки, яка базується на її прагненні інтегрувати у світову економіку. У міру того, як українська нація опановує нові соціально-економічні структури і цінності, відбувається проникнення маркетингових концепцій та методів.

Обговорення/компроміс. Цю техніку використовують тоді, коли етичний конфлікт є великою перешкодою для продуктивності. Винайдення рішення через переговори часто сприяє компромісу сторін. Проте ця техніка може як сприяти врегулюванню ділової суперечки, так і викликати в обох сторін почуття, що окреслену проблему ніколи не буде вирішено.

Згода. При використанні цієї техніки одна сторона може визнати за доцільне прийняття етики іншої, і зробити це з найменшим опором. Ця техніка потребує терпіння, вміння "давати і брати", а також слухати.

Співробітництво. У разі застосування цієї техніки сторони обговорюватимуть конфлікт і намагатимуться прийняти максимально взаємовигідне рішення. У цій техніці життєво важливою є готовність до навчання, зміни ставлення, повторного обговорення інтересів. Ця стратегія є найбажанішою формою вирішення конфліктів, оскільки пов'язана безпосередньо з причиною конфлікту [2].

Професор Дж. Грехем з університету Південної Каліфорнії склав перелік ключових індивідуальних характеристик американських, японських, тайванських і бразильських менеджерів. Деякі з умінь, які частково перекривають культури

й країни, включають підготовку, планування, слухання, розсудливість, а також інтелект, чесність, думання під тиском, продукування знань, здатність перемагати і поважати конфіденційність партнера [3].

До інших умінь належать такі:

- знати власні переваги і починати з них переговори;
- не перебувати у процесі переговорів під тиском часу;
- не визначатись доти, поки всі пропозиції всіх партнерів не будуть розглянуті;
- бути впевненим у своїй спроможності домогтись поступок.

Отже, важливість навчання читати й розуміти крос-культурні натяки, історичні контексти, різні системи законодавства, звичаї, очікування, що базуються на минулих політичних, історичних та релігійних традиціях, дедалі зростатиме, оскільки інновації стають глобальнішими. Навички ведення крос-культурних переговорів необхідні професіоналам бізнесу в майбутньому, особливо коли зустрічні моральні зобов'язання стосуються зіткнення культурних цінностей. Адаптація найефективніших навчальних програм і практична

реалізація підготовки українських фахівців до прийняття етичних рішень у зовнішньоекономічній діяльності сприятимуть міжнародному визнанню України як справжньої європейської держави.



Література

1. *Adler N. J.* International Dimensions of Organizational Behavior. — Boston, Mass.: PWS-Kent, 1991. — P. 185–215.
2. *Buller P., Kohle J., Anderson K.* The Challenge of Global Ethics // *Journ. of Business Ethics.* — 1991. — No 10. — P. 767–775.
3. *Raider E.* Strategy Assessment // *International Negotiations.* — Plymouth, Mass.: Situation Management Systems, 1982. — P. 4–16.
4. *Trevino L. K.* Managing Business Ethics: Straight Talk About How To Do It Right. — New York: J. Wiley & Sons, 1995. — 332 p.
5. *Vynoslavskaya O.* Ethical Attitudes of American and Ukrainian Business professionals // *Program and Abstracts of International Perspectives on Race, Ethnicity and Intercultural Relations-2001 Conference.* — Oxford, Mississippi, U.S.A., 2001. — April 18–22. — P. 80.