## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

Институт социологии Национальной академии наук Украины

На правах рукописи

Буко Светлана Леонидовна

УДК 316.422.42

**Ценностные ориентиры современного менеджмента**

22.00.04 – специальные и отраслевые социологии

Диссертация на соискание ученой степени кандидата

социологических наук

Научный руководитель

Костенко Наталья Викторовна

доктор социологических наук,

старший научный сотрудник

Киев – 2009

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение...............................................................................................................4

Раздел 1 Современный менеджмент: смена ценностных моделей ………..14

1.1. Эволюция менеджмента XX века............................................................14

1.1.1. Основные этапы, особенности и тенденции современного менеджмента...............................................................................................14

1.1.2. Исследования ценностей и современный менеджмент................32

1.2. Специфика ценностно-ориентированного подхода в современном менеджменте......................................................................................................44

1.2.1. Прагматические и гуманитарные ценности в стратегиях управления..................................................................................................44

1.2.2. Транснациональные корпорации (ТНК) и ценностно-ориентированный менеджмент.................................................................58

1.3. Ценностные принципы менеджмента бизнеса.......................................65

1.3.1. “Корпоративная социальная ответственность” и “социальное предпринимательство” как новые ценностные принципы менеджмента прибыльных организаций...........................................................................65

1.3.2. Социальная ориентированность бизнеса и коммуникативные практики PR в Украине...............................................................................74

Выводы к разделу 1…………………………………………………………… 78

Раздел 2 Ценностные ориентиры менеджмента Международных неприбыльных негосударственных организаций (МНГО) ………….............82

2.1. Сфера активности “третьего сектора” на рынке социальных услуг........82

2.1.1. История формирования МНГО на мировой арене.........................82

2.1.2. Концептуальные ориентиры и ценности менеджмента МНГО.....86

2. 2. Деятельность МНГО в Украине: профессиональный и общественный контексты.............................................................................................................106

2.2.1. МНГО в структуре программ международной технической помощи Украине …………………………………………………………................106

2.2.2. Доверие населения стран СНГ к работе МНГО............................113

2.3. Конкуренция менеджеров третьего сектора, государства и бизнеса в социальной сфере................................................................................................120

2.3.1. Межсекторное взаимодействие.......................................................120

2.3.2. Ценностные ориентиры МНГО и бизнеса в контексте партнерства Украины и США..........................................................................................124

Выводы к разделу 2……………………………………………………….........133

Раздел 3 Ценностные приоритеты менеджеров МНГО в Украине………..137

3.1. Ценностные координаты современного украинского менеджмента.....137

3.2. Ценностные приоритеты менеджеров МНГО в Украине в контексте взаимодействия украинской и американской деловой культуры...................143

3.2.1. Менеджеры МНГО в Украине: навыки, опыт, образование.........147

3.2.2. Взаимодействие деловых культур: Первая фаза - кросс-культурный конфликт.......................................................................................................163

3.2.3. Взаимодействие деловых культур: Вторая фаза - совершенствование условий согласованной трансмиссии ценностей...177

Выводы к разделу 3....………………………………….... ………………....... 188

Выводы…………...………………………………………… ……………........ 191

Приложение А. Американские менеджеры партнерских программ............. 200

Приложение Б. Путеводитель глубинного интервью..................................... 202

Приложение В. Профиль респондентов........................................................... 203

Приложение Г. Cписок респондентов (украинских и американских менеджеров МНГО)............................................................................................204Список использованных источников................................................................206

**Введение**

**Актуальность темы.** В условиях общественных трансформаций результативность решения социально-экономических и политических проблем в большой мере зависит от эффективности взаимодействия бизнеса, государственных и общественных структур на теоретических и практических основах современного менеджмента. В свою очередь поддержка новых демократий в таких странах, как Украина, является одной из ключевых целей мирового демократического сообщества. Эта поддержка осуществляется различными способами, в том числе и посредством участия международных неправительственных неприбыльных организаций (МНГО) в технической помощи, которая дает возмож­ность развивающимся странам воспользоваться знаниями и опытом развитых госу­дарств в рамках укрепления ценностей демократии и развития рыночной экономики. Значимость этой проблематики существенно возрастает в ситуации мирового экономического кризиса, так как модели и практики современного менеджмента апробируются на релевантность и корректируются.

Глобализация, увеличение размеров и степени влияния международных компаний на рынках и связанная с этим конкуренция, привели к формированию новых ценностно-ориентированных подходов в международном менеджменте, получивших широкое практическое распространение на Западе, прежде всего в работе транснациональных корпораций (ТНК) и МНГО. Эти новые тенденции постепенно осваиваются украинским менеджментом в филиалах и отделениях прибыльных и неприбыльных международных организаций и репрезентируют качественно иной подход к управлению государством, бизнесом и третьим сектором. Успешное освоение новых ценностных моделей предполагает глубинное понимание причин изменений в международном менеджменте, и знание концептуальной сути ценностного управления проектами МНГО. Между тем в научной литературе и в практике наличествуют противоречивые точки зрения относительно новых тенденций в международном менеджменте и их актуальности для Украины. Во-первых, фиксируется невысокий уровень доверия населения к работе ТНК, который не преодолевается посредством активно распространяемой через отделы связей с общественностью информацией относительно гуманитарной позиции международного бизнеса в рамках социальной корпоративной ответственности. Во-вторых, понимание высокой гуманитарной миссии МНГО в среде экспертов не компенсирует низкую информированность, политическую предубежденность и невысокий уровень доверия в отношении международного третьего сектора со стороны населения Украины.

Общественная легитимация социально значимой миссии МНГО, предполагающая формулирование, валидизацию и транслирование ценностей международного развития, является в высшей степени актуальной. В Украине они реализуют проекты международного развития, которые способствуют позитивному преобразованию ценностей и установок местного населения относительно демократии и рыночной экономики. В рамках деятельности МНГО в Украине сотрудничество зарубежных коллег с украинскими менеджерами стимулирует изменения характера ценностных установок последних. Изучение природы агентов перемен как новых социальных феноменов, приобретает особую актуальность в контексте определения координат возможных направлений транформации украинского менеджмента и общества в целом в соответствии с декларируемыми целями развития государства в духе демократии. Адаптация ценностных приоритетов и моделей современного менеджмента к украинским реалиям, безусловно, способствует формированию конкурентоспособной экономики, а также устойчивому развитию Украины как правового, демократического государства.

Заявленная проблематика находится на пересечении социологических, исторических, экономических и политологических исследований зарубежных и отечественных ученых. Потому ее разработка осуществлялась на стыке различных научных дисциплин. Анализ эволюции менеджмента и включение ценностных приоритетов в систему управленческих решений осуществляется на основе теоретических принципов и постулатов, сформулированных при рассмотрении смены хозяйственных укладов, изменений в сфере собственности, трансформации управленческих отношений, динамики субъектов управления.

К основным представителям классической школы менеджмента относят М.Weber (теория идеальной бюрократии); F.Taylor (школа научного менеджмента); A.Fayol (административная школа управления). В 30-е годы XX столетия управленческий акцент стал перемещаться с физических возможностей в машинном производстве на интеллектуальный и психологический потенциал людей. Это стимулировало возникновение и развитие поведенческого направления в менеджменте, которое прошло путь от “доктрины человеческих отношений” (Е.Mayo) до концепции “человеческих ресурсов” и “организационного поведения” в середине 50-х (А.Maslow, D.McGregor, Т.Levitt). В начале 80-х. годов T.Peters и R.Waterman развили идею комплексного подхода (7-С концепции) в менеджменте и стали рассматривать управление организацией как социальной системой. Тогда же в менеджменте формируется и получает распространение “*организационная, корпоративная культура*”, которая интегрирует в себе организационные, поведенческие, системные и социокультурные характеристики. Теоретический фундамент современного менеджмента заложен тру­дами P.Druker, R.Akoff. Что позволяет рассматривать объект управления как сложную, упорядоченную ценностями корпоративной культуры и правилами поведения систему.

В связи с распространением в менеджменте развитых стран концепции ценностно-ориентированного управления (value-based management – VBM), наблюдается возрастание научного интереса к проблематике человеческих ценностей. Исследования в этой области можно условно разделить на два типа: общие исследования ценностей и исследования ценностей в менеджменте. К первому типу относятся, например, труды таких авторов, как

K.Kluckhohn, F.Kluckhohn, F.Strodbeck, Ch.Morris, М.Rokeach, R.Inglehart, S.Schwartz, ко второму – кросс-культурные исследования менеджмента, проводимые в разных странах на основе моделей голландских ученых F.Trompenaars и G.Hofstede, изучение взаимосвязи культуры и экономического развития в рамках культурной парадигмы S.Huntington, диалога деловых культур западного менеджмента и бизнеса развивающихся стран (Т.Chavdarova).

Среди российских исследователей современного менеджмента следует отметить работы А.Кравченко, Э.Новаторова, Д.Волкова, в которых анализируется специфика национальных рынков и предлагаются модели управления, учитывающие, с одной стороны, западные модели менеджмента, а, с другой стороны, национально-культурный аспект управленческой деятельности. Вопросы организации современного менеджмента не обошли вниманием и украинские ученые (В.Королько, В.Пилипенко, Е.Суименко,

Н. Туленков). Ценностная структура профессиональной деятельности, что представляет собой традиционную область социологического исследования, изучалась В.Оссовским, А.Ручкой, Н.Костенко. Имеется опыт использования кросс-культурных измерений для Украины (с использованием модели G.Hofstede), выявивший ценностные особенности украинской бизнес-культуры (П.Шеремет).

Концептуальные основы и ориентиры деятельности МНГО зафиксированы в международных договорах, нормативных актах, информационных материалах и документах международных организаций (Устав ООН, Конвенция ООН по окружающей среде и развитию “Повестка дня на XXI век”, Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН “О тех­нической помощи экономическому развитию”, Цели Развития Тысячелетия ООН, Глобальный договор ООН).

Вопросам ценностей менеджмента МНГО и места международных неприбыльных организаций в кросс-культурном взаимодействии уделяется значительное внимание в работах американских исследователей J.Boli и

G. Thomas, а также в трудах M.Edwards, D.Hulme и P.Druker.

Специфика активности национального третьего сектора (НГО) в Украине отражены в исследованиях О.Винникова, В.Гната, А. Ткачука,

О. Сидоренко, Д.Коныка.

Вместе с тем очевидно, что сложная и противоречивая сегментация общества требует постоянной модернизации способов согласования интересов различных социальных кругов и сообществ, ритмов их функционирования. В Украине такое согласование происходит чаще всего стихийно.

Научная проблема заключается в том, чтобы элиминировать дефицит надежного и достоверного знания о ценностных ориентирах современного менеджмента, условий, особенностей и механизмов их инкорпорации в практику украинских управленцев. Незнание схематики конфликтного взаимодействия различных деловых культур в отечественной управленческой практике не позволяет также сформулировать обоснованные рекомендации относительно гармонизации коммерческих, некоммерческих и общественных интересов.

**Связь работы с научными программами, планами и темами.** Тема диссертации не связана с научными планами организации, где выполнена работа, а также со специальными и государственными программами.

**Цель и задача исследования*.*** Цель исследования – реконструировать ценностные модели современного менеджмента, установить основные сходства и отличия в ценностных приоритетах западных и украинских менеджеров прибыльной и неприбыльной сфер в Украине, а также отследить динамику их взаимного влияния в условиях совместной деятельности.

Задачи исследования:

* выявить особенности и ценностные доминанты основных этапов и

принципов эволюции менеджмента XX века;

* сформулировать специфику ценностно-ориентированного подхода в

современном менеджменте, а также определить роль и значение прагматических и гуманитарных ценностей в механизме согласования интересов коммерческого сектора, неприбыльной сферы и общества в целом;

* установить направленность и сущность новых принципов ценностно-

ориентированного менеджмента, ассоциирующихся с концепциями “социальной корпоративной ответственности” и “социального предпринимательства”;

* обобщить содержание и концептуальные ориентиры менеджмента

МНГО на рынке социальных услуг;

* определить особенности межсекторного взаимодействия бизнеса,

государства и третьего сектора, а также специфику ценностного диалога украинских и американских менеджеров МНГО;

* разработать методику качественного социологического исследования

ценностных приоритетов менеджеров МНГО в Украине и осуществить анализ механизмов ценностной трансмиссии в условиях кросс-культурного взаимодействия менеджеров.

## Объектом исследования является современный менеджмент в коммерческой и неприбыльной сферах.

## Предметом исследования выступают ценностные ориентиры современного менеджмента бизнеса и МНГО.

*Методы исследования*. Для достижения поставленной цели используются такие общенаучные и социологический методы исследования: теоретический анализ (эволюция американских, украинских и европейских концепций менеджмента XX века), функциональный анализ (анализ социально-экономических изменений в мировых экономиках развитых стран). В своем исследовании автор также опирался на широкий круг международных договоров, нормативных актов, информационных материалов и документов международных организаций. Для сбора и анализа социологических данных был применен метод глубинного интервью.

Диссертантом используются исторический и системный подход к анализу объекта исследования. Работа выполнена с учетом американских, европейских и украинских концепций менеджмента. Анализ работы МНГО основан на теории международного развития (international development theory), теории модернизации (modernization theory), теории зависимости (dependency theory), концепции устойчивого развития (sustainable development) и концепции межсекторного взаимодействия (intersectoral collaboration).

Для теоретической интерпретации взаимодействия деловых культур используется концепция кросс-культурной коммуникации и культурной компетенции, а также эвристический потенциал модели исследований кросс-культурных ценностных ориентаций в управлении, которая была предложена и апробирована голландскими учеными F.Trompenaars и G.Hofstede.

Эмпирическую базу диссертации составляют два социологических исследования, проведенных автором в Украине и США среди менеджеров бизнеса и МНГО: 1) результаты глубинных интервью 22 американских менеджеров малого и среднего бизнеса (декабрь 2005 г., США); 2) результаты глубинных интервью 10 украинских менеджеров МНГО (август 2005 - январь 2006, Украина) и 12 американских менеджеров МНГО (март 2005 – по Февраль 2006, Украина).

**Научная новизна полученных результатов.** В диссертации разработан концептуальный подход к изучению ценностных моделей современного менеджмента и предложена операциональная схема его реализации в том сегменте деловой культуры Украины, который формируется в условиях совместной деятельности украинских и западных менеджеров неприбыльной сферы.

Положения, выносимые на защиту, состоят в следующем:

– обосновано понимание эволюции научного менеджмента и ее этапов в условиях изменения ценностных моделей управления, начиная с доминирования использования универсальных ценностных парадигм классического типа – через неоклассический, социально-психологический (гуманистический) и системный – к гибкому ценностно-ориентированному современному менеджменту, в котором доминирует стремление к оптимальному балансу между прагматическими и общегуманитарными ценностями;

– аргументировано, что концептуальная модель ценностно-ориентированного менеджмента основана на приоритете гуманитарных ценностных принципов неотъемлемой “корпоративной социальной ответственности,” “социального предпринимательства” и “корпоративного гражданства” наряду с эффективным управлением прагматическими ценностями в рамках парадигм “ценностной сети”, “инклюзивного управления ценностью”, “управления ради ценности”, “конкурирующих ценностей” и “перспектив стоимости с точки зрения заинтересованных сторон”;

– доказано, что деятельность МНГО способствует консолидации общественных ожиданий от современного менеджмента, артикулирует новые требования к ведению международного бизнеса (корпоративная социальная ответственность, экологическая ответственность; ориентация на соблюдение индивидуальных и групповых прав и свобод), а также формирует критически настроенную внешнюю среду функционирования транснациональных корпораций (ТНК);

– продемонстрировано, что доверительное отношение правительств развитых и развивающихся стран к работе международного третьего сектора складывается на основе коммуникативной модели межсекторного взаимодействия (intersectoral collaboration), предполагающей инкорпорацию гуманитарных ценностей развития в деятельность государства и бизнеса и их легитимизацию на международном уровне;

– впервые в отечественной социологической практике осуществлен комплексный анализ концептуальных ценностных основ менеджмента МНГО в Украине, выявивший роль зарубежных менеджеров МНГО в качестве агентов перемен (change agents), динамику их поведения в процессах социализации и инкультурации, а также механизмы и способы их участия в формировании ценностных приоритетов украинской деловой среды посредством *культурно обусловленной коммуникативной компетентности и кросс-культурной восприимчивости*;

– на основе качественного анализа глубинных интервью установлены драйверы и барьеры межкультурной коммуникации менеджеров МНГО, выявлены основные линии конфликтов *(высокая дистанция власти; коллективизм и пассивность; партикуляризм в отношении правил и законов; синхронизация времени и ориентация на процесс; приписываемый статус)* и динамика консенсуса *(“лидер-лидер”,* *“универсализм”, “последовательности времени*”, “*достижение статуса*”), определена специфика ценностной трансмиссии в рамках делового взаимодействия менеджеров МНГО в Украине, которая осуществляется в режиме двух основных фаз: “конфликтной”, обостряющей противоречия ценностей и практик разных деловых культур, и “консенсусной”, ориентированной на диалог и взаимопонимание общих и локальных условий согласования гуманитарных и утилитарных интенций деятельности в неприбыльной сфере.

**Практическое значение полученных результатов** диссертационной работы определяется возможностью использовать ее выводы в процессе реформирования менеджмента в неприбыльной и коммерческой сферах Украины. Основные положения диссертации могут быть задействованы в учебном процессе в вузах, системе повышения квалификации управленческих кадров, разработке учебных пособий, при выработке правил кросс-культурной деловой коммуникации.

**Личный вклад диссертанта.** Все публикации написаны автором лично.

**Апробация результатов диссертации.** Основные положения и выводы диссертационного исследования докладывались на научных конференциях “Менеджмент за умов трансформацiйних iнновацiй” (Суми, 2007), на международной научной конференции “Інноваційний розвиток суспільства за умов крос-культурних взаємодій” (Cуми, 2008) и на VI Международном семинаре Сети международного межэтнического доверия “Этничность и Власть”, (Ялта, Алупка, 2007).

**Публикации.** Основные положения и выводы диссертации опубликованы в 3 статьях в специализированных изданиях, 1 статье в других изданиях и в 3 тезисах конференций.

### Выводы

### В выводах диссертационного исследования подводятся итоги работы:

1. Анализ состояния менеджмента как управленческой практики и

систематизация основных этапов его эволюции позволяет сделать выводы, что в современном менеджменте происходит смена ценностных моделей. От модели классического, “традиционного” (рационалистического) менеджмента через модель неоклассического, социально-психологического (гуманистического) менеджмента и системного к современному ценностно-ориентированному (методическому) менеджменту. За последние десять лет в менеджменте как науке развитых стран появляются новые концепции, которые принципиально отличаются от концепций предыдущих этапов развития науки управления. К новым аспектам развития современного менеджмента (1997-2007) относится теория ценностного управления, которая получила свое воплощение с одной стороны, фокусируясь на гуманитарных ценностях в “концепции корпоративной культуры” (corporate culture), в принципах “корпоративной социальной ответственности”, “социального предпринимательства” и “социальной филантропии”, а с другой - на прагматических ценностях концепций “ценностной сети”, “инклюзивного управления ценностью”, “управление ради ценности”, “концепции конкурирующих ценностей”, и концепции “перспективы стоимости с точки зрения заинтересованных сторон”. Модель ценностно-ориентированного управления характеризуется сегодня открытым декларированием бизнесом принципов “корпоративной социальной ответственности” и “социального предпринимательства”. Состояние современного менеджмента отражает три гуманитарных фактора глобальной бизнес-культуры и менеджмента в целом: а) индекс корпоративной социальной ответственности (СКС) – содействие развитию образования, искусства, выделение целевых грантов, поддержка местного сообщества; б) индекс инвайроментализма (содействие защите окружающей среды); в) индекс равенства (равные возможности трудоустройства, антидискриминационная политика (гендер, сексуальная ориентация).

1. Установлено, что классический, “рационалистический” или

“традиционный”, менеджмент имеет в своей основе “бюрократические”, узко прагматические ценности, на которые ориентирована деятельность организации. Так как цель любой коммерческой организации - прибыль, то ядро организационной культуры составляют такие ценности, как производительность, ориентация на результат, экономический рост, сокращение расходов на оплату труда. Современный менеджмент более ориентируется на внутренние и внешние гуманитарные ценности (корпоративная ответственность перед персоналом, ответственность перед обществом, забота об окружающей среде, антидискриминационная политика). Ценностно-ориентированная тенденция в бизнес-менеджменте связана со многими внешними причинами: глобализация и связанная с ней конкуренция; увеличение размеров и степени влияния международных компаний на рынках; повышение конкуренции в борьбе компаний за высококвалифицированный персонал; рост активности граждан; возрастающая роль нематериальных активов - брендов и репутации. В такой ситуации только действуя комплексным образом, учитывая как прагматические, так и гуманитарные ценности менеджмента, компании могут соответствовать ожиданиям общества, что представляется ключевым фактором долгосрочной стратегии успеха бизнеса в современном мире. Таким образом, КСO было бы неверно рассматривать как отдельное, обособленное явление в менеджменте. Было бы правильней включить его в раздел ценностно-ориентированного менеджмента. В данном случае КСО – это форма менеджмента внешних гуманитарных ценностей в целях повышения общей ценности компании на рынке. Корректно управляя прагматическими и гуманитарными ценностями, успешный бизнес экономически рентабелен (финансово ответствен), сформированы определенные корпоративные ценности для персонала (внутренняя корпоративная ответственность), а также соблюдены определенные социальные обязательства перед обществом в котором ведется хозяйственная деятельность (социальная ответственность).

1. При реализации новых ценностных принципов менеджмента

(социальная корпоративная ответственность, социальное предпринимательство) наблюдается обоюдовыгодное партнерство между НГО и бизнесом. Формирование доверия и поддержки организации путем решения насущных социальных проблем общества со временем становится функцией современного менеджмента во многих корпорациях. Менеджмент ведущих корпораций развитых стран начал осознавать, что в постсовременном обществе наряду с “материалистическими” ценностями существуют и “постматериалистические” ценности, которые характеризуются весомым гуманитарным потенциалом. В этой ситуации не только прибыль, но и само существование организации в значительной мере зависит от отношения ее потребителей, государства, акционеров и инвесторов к деятельности и политике организации на рынке. Во-первых, новые гуманитарные ценности прописываются в миссии организации и глубоко внедряются в работу отделов Промоушн и ПР в корпорациях. Именно при помощи этих отделов и происходит движение новых ценностей внутри организации и вне ее. Во-вторых, указанный стимул обуславливает лоббирование благоприятных правовых условий в законодательстве страны. В третьих, этот же стимул активизирует сотрудничество с уже существующими НГО и выделение средств для проведения тех или иных мероприятий, направленных на решение конкретных социальных проблем в обществе, что в свою очередь способствует развитию кросс-секторного сотрудничества.

1. Доказано, что современный менеджмент – это целостное, комплексное,

эволюционирующее явление, которое связанно с множеством социально-экономических факторов. Современный бизнес несет юридическую, экономическую и социальную ответственность перед обществом. Наблюдается глобальная тенденция смещения ценностной ориентации бизнеса от четкой финансовой ориентации к более комплексному подходу. Топ-менеджеры ТНК осознали положительную связь между социально ответственным поведением компании и доходностью инвестиционного капитала, ценами на акции, предпочтениями со стороны покупателей и надежностью кадрового состава. Социально ответственная политика бизнес-корпораций теснейшим образом увязывается со стратегией развития бизнеса в современном обществе. Таким образом, декларируемые ТНК гуманитарные ценности становятся дополнительными факторами, повышающими конкурентоспособность бизнеса.

1. Проявление новых моделей ценностно-ориентированного менеджмента

в “третьем секторе” связано с ростом значимости МНГО на мировой арене. Сейчас можно наблюдать активное участие МНГО в международном развитии, влияние на глобальную политику, способствование формированию третьего сектора и гражданского общества во многих странах мира. Концептуальные основы работы МНГО основаны на теории международного развития (international development) и осуществляются в рамках технической помощи, которая дает возмож­ность государствам воспользоваться техническими знаниями и опытом других госу­дарств, принадлежащих не только к различным экономическим системам, но и к многообразным отличающимся национальным куль­турам (социально-культурные ценности). Потенциал нового ценностного-ориентированного менеджмента сегодня в полной мере используется при реализации основной миссии МНГО – социальной полезности. В этой связи ориентация на широкие гуманитарные ценности становится фундаментальным критерием деятельности МНГО. Это означает, что деятельность МНГО подразумевает в конечном счете не получение прибыли, а ставит основной задачей разработку проектов, направленных на решение конкретных социальных проблем. Поэтому в современной управленческой структуре МНГО ценностные приоритеты менеджеров соответствуют изначально широким гуманитарным ценностям организации, которые постулируются в ее основной миссии.  
 6. Ориентируясь на социальную полезность и руководствуясь при этом постулатами ценностно-ориентированного менеджмента, МНГО становятся активными агентами перемен, способствуя изменению ценностей в развивающихся странах. С одной стороны, МНГО формируют особое отношение правительств развитых и развивающихся стран к работе международного третьего сектора, а с другой - оказывают непосредственное влияния на взаимоотношения МНГО и ТНК на мировой арене, транслируя гуманитарные ценности из сферы третьего сектора в работу государственного сектора и бизнеса. При этом в контексте стратегического планирования политического и экономического развития страны пребывания МНГО, менеджеры учитывают факт поэтапного изменения местных культурных ценностей. В этой связи можно утверждать: менеджеры МНГО реализют проекты в Украине, которые способствуют позитивному преобразованию ценностей и установок местного населения всех секторов, укоренению в общественном сознании либерально-демократических и рыночных ориентиров.

1. Выявлено, что за последние 20 лет во взаимоотношениях между

государством, гражданскими институтами и частными компаниями по всему миру произошли весьма существенные изменения. В результате процессов глобализации, дерегулирования, приватизации на первый план начали выходить принципиально новые формы общественно взаимодействия между тремя секторами, так называемое межсекторное взаимодействие. МНГО, руководствуясь общегуманитарными принципами в своей работе, смогли донести до правительств многих стран и широкой общественности концептуально важные глобальные ценности. В этой связи внешняя среда работы ТНК изменилась, были выдвинуты определенные требования к ведению международного бизнеса, повысились общественные ожидания. В результате этих изменений бизнес постепенно начал переход от бессистемной благотворительности к более сложным, стратегическим формам взаимодействия с общественностью (public relations, PR) и правительствами (government relations, GR). Одной из таких форм являются корпоративные программы социальной ответственности (Corporate Social Responsibility), при помощи которых частные компании по собственной инициативе должны играть существенную роль в достижении “общественных целей” и идей “корпоративного гражданства” (corporate citizenship). Корпорации должны вести бизнес с учетом интересов различных "заинтересованных сторон" (stakeholders), чтобы сообща достигать заявленной цели "устойчивого развития" (sustainable development). Таким образом, компании должны ставить перед собой соответствующие экономические, социальные и природоохранные цели, оценивать их выполнение и даже иметь независимое аудиторское заключение по данным вопросам - вместо того чтобы ставить перед собой цели на уровне прибыльности и капитализации.

1. Выявлена специфика ценностных приоритетов менеджеров и

зафиксировано проявление “корпоративной социальной ответственности” украино-американского партнерства на основе анализа текстов интервью участников украино-американского проекта “Украинская программа партнерства СМИ IREX”. Об этом свидетельствуют прежде всего шесть приоритетов, которые выделили опрошенные менеджеры независимо от их принадлежности к той или иной организации: общие демократические ценности - развитие свободы слова, развитие прав человека на информацию; когнитивные индивидуальные ценности: познание новой страны, встреча с новой культурой; профессиональное развитие: обмен профессиональным опытом, стремление понять и осмыслить сложности и задачи коллег с несколько иной рыночной и социальной ситуации; стремление поделиться с познанным с коллегами и потребителями с целью сделать общество конкретного города более образованным и толерантным к развивающимся странам СНГ; стремление владельцев бизнеса к развитию своих сотрудников путем участия в подобных программах.

1. Менеджеры-экспаты, работающие в международных МНГО,

выступают агентами перемен в стране пребывания, и их основная задача состоит в том чтобы донести миссию организации до региональных сотрудников, способствовать формированию у них прогрессивных ценностных установок с целью повышения эффективности выполнения проектов развития для целевых групп населения страны. Организация кросс-культурного взаимодействия предполагает несколько важных этапов: изучение культуры страны-донора и страны-реципиента (culture analysis); выявление и подготовка агентов перемен (agents of change); установление агентами перемен первичного контакта и первоначальная коммуникация относительно ценностей деловых культур обеих стран; первичное приятие (адаптация) или неприятие ценностей (conflict phase) местными менеджерами; стимуляция консенсусной фазы взаимодействия (consensus phase) и совместная работа агентов перемен с национальным персоналом по реализации проектов развития.

1. Основной методологией работы экспатов является кросс-культурная

коммуникация. Зарубежный менеджер МНГО выступает в качестве основного коммуникатора и одновременно является не только «носителем» культуры, прагматических и гуманитарных ценностей страны-донора, но и представляет универсальные гуманитарные ценности МНГО. Агенты перемен действуют на основе своей кросс-культурной компетентности, сформированной в процессе получения гуманитарного образования, культурно-языковых тренингов и международного опыта. Для достижения целей проекта, агенты перемен должны обладать культурно обусловленной коммуникативной компетентностью и кросс-культурной восприимчивостью. Следует также отметить, что агенты перемен, пребывающие в развивающейся стране, проходят периоды социализации и инкультурации, воспринимая социальные и культурные особенности страны-реципиента, таким образом, процесс изменений является двусторонним.

1. Результаты проведенного социологического исследования позволили

проследить несколько фаз ценностного взаимодействия между украинскими и американскими менеджерами МНГО, в рамках которого проходит трансмиссия демократических, рыночных и культурных ценностей, разработать методологические подходы к анализу системы драйверов и барьеров межкультурной коммуникации менеджеров, выявить основные линии конфликтов и динамику консенсуса. Первоначальную фазу сотрудничества американских и украинских менеджеров МНГО можно определить как конфликтную прежде всего в связи с недостаточным пониманием американскими сотрудниками специфики украинской культуры, а также наличием устойчивых образцов деловой украинской культуры, которые не совпадают с американскими. В фазе конфликта, как было установлено, различия между американскими и украинскими культурными практиками существенно обостряются. Исследование данного обстоятельства позволило выделить основные факторы-барьеры трансмиссии ценностей в рамках работы МНГО: 1) высокая дистанция власти;2) коллективизм и пассивность; 3) партикуляризм в отношении правил и законов; 4) синхронизация времени и ориентация на процесс; 5)протекционизм (приписываемый статус). Вектор динамики конфликтной фазы взаимодействия указывает на то, что украинские менеджеры заимствуют деловые образцы западной культуры в два этапа – декларативный и поведенческий. Во второй, консенсусной фазе происходит совершенствование условий для согласованной трансмиссия культурных, демократических и рыночных ценностей, поскольку местный персонал МНГО демонстрирует больше взаимопонимания в ходе сотрудничества и декларирует приятие общегуманитарных ценностей развития. К основным типам диалога в консенсусной фазе можно отнести формат взаимодействия “лидер-лидер” (усиление внешнего локуса контроля украинских менеджеров), формат взаимодействия “универсализм” (динамика ухода украинской деловой культуры от партикулярного восприятия законов и результатов), новый рабочий режим “последовательности времени” и достижения результатов, направленность на “достижение статуса” (карьерный рост за счет собственных достижений). Фаза плодотворного диалога в кросс-культурном сотрудничестве устанавливается в ходе преодоления барьеров коммуникации и взаимного недоверия, в результате чего формируются условия для модернизации ценностных ориентиров украинских менеджеров в направлении задач МНГО и соответствующих деловых практик.

1. Исследование показало, что эффективное кросс-культурное

взаимодействие американских и украинских менеджеров в системе МНГО можно рассматривать как один из механизмов формирования в Украине слоя отечественных менеджеров – “украинских агентов перемен”. Эти новые коммуникаторы, которые одновременно являются не только “адаптером” культуры и ценностей страны-донора, (США и европейских стран), но и репрезентантом гуманитарной доктрины международной организации МНГО, смогут активно участвовать в продвижении широкой гуманитарной перспективы развития общества. В целом, адаптация ценностей развитых демократий к украинским реалиям вносит свой вклад в создание благоприятного климата для экономического и социального реформирования страны.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАНЫХ ИСТОЧНИКОВ**

Друкер П.Ф. Задачи Менеджмента в XXI веке / П.Ф. Друкер; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2000. – 270 с.

Huges O.E. Public Management and Administration / O.E Huges. - New York: St.Martin’s Press, 1998. – 222 p.

1. Друкер П. Ф. Менеджмент в некоммерческой организации: принципы и практика / П.Ф. Друкер; [пер. с англ.]. – М. :Вильямс. – 304 c.

Договор ООН (Статья 71 Параграф 10 288 (Х) ECOSOC 27 февраля 1950. The 1978 international organizations founded since the Congress of Vienna. – Bruxelles : UAI, 1957. – 232 р.

Кравченко А.И История Менеджмента: учеб. пособие / А.И Кравченко. – М. : Академический проект, 2000. – 506 c.

Туленков Н.В. Введение в теорию и практику менеджмента: учеб. пособие / Н.В. Туленков. – К. : МАУП, 1998. – 319 с.

1. Rappaport A. Creating Shareholder Value: The New Standard for Business Performance / A. Rappaport. – N.Y. : Free Press, 1997. – 224 p.
2. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер. – М. : Просвещение, 1990. – 273 с.

Тейлор Ф.У. Принципы научного менеджмента / Ф.У Тейлор; [пер. с англ. А.И.Зака; под ред. и с предисл. Е.А.Кочергина.]. – М. : Журнал Контроллинг, 1991. – 104 с.

1. Файоль А. Общее и промышленное управление / А. Файоль. – М. : Контроллинг, 1991. – 151 с.

Mayo E. Human problems of an industrial civilization / E. Mayo. – NY. : MacMillan, 1933. – 176 p.

Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу; [пер. с англ.]. – Спб. : Питер, 2006. – 352 с.

МсGregor D. The Human side of the Enterprise / D. МсGregor. – NY. : McGraw–Hill, 2005. – 256 p.

1. Акофф Р. Акофф о менеджменте: теория систем, бюрократия, коррупция, образование / Р. Акофф; [пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой]. – Спб. : Питер, 2002. – 448 с.

Парсонс Т. О социальных системах / Т. Парсонс; [пер. с англ. В.Ф. Чесноковой и С.А. Белановского]. – М. : Акад. проект, 2002. – 831 с.

Друкер П.Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / П.Ф. Друкер; [пер. с англ. М. Котельниковой]. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 1998. – 288 с.

1. Клок К. Конец Менеджмента / К. Клок, Д. Голдсмит. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якмога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Ли; [пер. з англ. С. Яринич]. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.

Друкер П.Ф. Задачи Менеджмента в XXI веке / П.Ф. Друкер; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2000. – 272 с.

Друкер П. Управление в обществе будущего / П. Друкер; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2007. – 320 c.

Yaniska-Kania A. Poles among Europeans / A. Yaniska-Kania, M. Marody. – Warsaw: Wydavnitctwo Naukowe Schlar, 2004. – 270 p.

Kluckhohn F.R. Variations in Value Orientations / F.R. Kluckhohn, F.L. Strodtbeck. – N.Y: Row Peterson & Company, 1961. – 437 с.

Ручка А.А. Ценностный подход в системе социологического знания / А.А. Ручка. – Киев: Наукова думка, 1987. – 147 с.

Morris C. Drogi zycia / C. Morris. – Warszawa: Wydavnitctwo Naukowe, 1966. – 160 с.

1. Inglehart R. The Silent Revolution in Europe: integrational changes in post-industrial societies / R. Inglehart // American Political Science Reivew. – 1977. – V. 65. – C. 911–1017.
2. Schwarts S.H. Identifying Culture Specifics in the Content and Structure of Values / L. Sagiv, S.H. Schwarts // Journal of Cross-Cultural Psychology. – 1995. – Vol. 26, №1. – pp. 92–116.
3. Тромпенаарс Ф., Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / Ф. Тромпенаарс, Ч. Хэмпден-Тернер; [пер. с англ.]. – М. : Попурри, 2004. – 527 с.

Trompenaars F. Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business / F. Trompenaars. – Illinois, Burr Ridge. : Irwin Professional Publishing, 1994. – 274 р.

Hofstede G.F. Culture’s consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations / G.F. Hofstede; [2nd ed.]. – London: Sage Publications, Inc., 2003. – 616 р.

1. Оучи У. Г. Методы организации производства: японский и американский подход / У. Г. Оучи. – М. : ДеКа, 1997. – 380 с.

Питерс Т. В поисках эффективного управления / Т. Питерс, Р. Уотерман; [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1986. – 423 с.

Прокофьев В. Значение корпоративной культуры как инструмента стратегического развития компаний в XXI веке / В. Прокофьев // Корпоративная культура. – 2006. – №6, (12). – С. 23–27.

1. Schein E. Organizational Culture and Leadership / E. Schein. – NY: Jossy Boss Inc. – 1992. – 169 p.
2. Schein E. Coming to awareness of organizational culture / E. Schein // Sloan management review. – 1984. – №25. – P.3–16.
3. Королько В. Корпоративная культура и свези с общественностью / В. Королько, О. Некрасова // Социология: теория, методы, маркетинг – 2007. – №1. – С.115–129.

Fairhurst, Gail T. The Art of Framing: Managing the Language of Leadership / Gail T. Fairhurst, Robert A. Sarr – NY: Jossy-Bass, 1996. – 240 p.

1. Campbell A. A Sense of Mission: Defining Direction for the Large Corporation / A. Campbell, L.L. Nash. – NY: Addison-Wesley, 1992. – 317 р.

Excellence in Public Relations and Communication Management / Ed. By J. E. Gruning. – NJ.: Lawrence Erlbaum, 1992. – 680 p.

1. Волков Д.Л. Теория ценностно-ориентированного менеджмента: система, модели и показатели измерения ценности / Д.Л. Волков. – Рукопись. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (теория управления экономическими системами). – Санкт-Петербургский Государственный Университет. – Санкт-Петербург, 2007. – 46 с.

Young D. EVA and Value Based Management: A Practical Guide to Implementation / D. Young, S.F. O'Byrne. – New York: McGraw Hill Publishing, 2000. – 493 p.

Brandenburger, Adam J. Co-opetition / Adam J. Brandenburger, Barry J Nalebuff. – NY. : Doubleday, 1997 – 304 p.

1. Heskett, S. The Value Profit Chain / S. Haskett, A. Schlesinger/ – NY: Free Press, 2003. – 377 p.
2. M’Pherson, P. K. Strategic Analysis Adapted For IC Networks and E-Business Networks / P. K. M’Pherson, S.G Roos // Strategic Management Society’s 21st Annual International Conference, Oct 21–24, 2001, San Francisco, USA.

McTaggart J. The Value Imperative: Managing for Superior Shareholder Returns / J. McTaggart. – N.Y. : Free Press, 1994. – 367 p.

Cameron S.K. Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework / S.K. Cameron, R.E. Quinn. – NY. : Jossey-Bass, 2006. – 256 p.

Treacy M. The Discipline of Market Leaders / M. Treacy, T. Wiersema. – NY. : Basic Books, 1998, – 210 p.

Шимаи М. Роль и влияние транснациональных корпораций в глобальных сдвигах в конце 20 столетия / М. Шимаи // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 3. – С. 27.

Владимирова И.Г. Исследование уровня транснационализации компаний / И.Г. Владимирова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – C. 39-48.

Mattelart A. Cultural Imperialism in the Multinationals' Age / A. Mattelart // Instant Research on Peace and Violence. – 1976. – №6 (4), pp. 160–174

Guss, David M. Full Speed Ahead with Venezuela: The Tobacco Industry, Nationalism, and the Business of Popular Culture / David M. Guss // Public Culture. – 1996. - 9 (1). – pp. 33–54.

1. Boli J. World Culture and TNCs / J. Boli. – Atlanta: Emory University, 2001. – 67 p.
2. Draft Commentary on the Norms of Responsibility of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights, U.N. Doc. E/CN.4/Sub.2/2003/XX, E/CN.4/Sub.2/2003/WG.2/WP.1.
3. Хантингтон С. Культура – это серьезно / С. Хантингтон // Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. – М., 2002. – С. 15–36.
4. Weber J. Managerial Value Orientations. A Typology and Assessment / J. Weber // International Journal of Value Based Management. – 1990. Vol. 3 (2). – P. 35 – 48.

Schwab Foundation for Social Entrepreneurship 5 Year Evaluation Report 2000-2005. – Geneve: Schwab Verlag, 2006. – 55 p.

1. Schöning M. Global Trends in Financing the Social Sector: How Successful Social Entrepreneurs Mobilize Resources and Leverage their Ideas / M. Schöning . – Geneva, Schwab Foundation Verlag, 2003. – 350 p.
2. Fostering Social Entrepreneurship. A comparative study of the legal, regulatory and tax issues in Brazil, Germany, India, Poland, UK and USA. – Geneva: Schwab Foundation Verlag, 2003. – 50 p.
3. Nourick S. Corporate Social Responsibility / S. Nourick // Partners for Progress: Towards a New Approach Roundtable. – 2001. – Vol 1 (12). – P. 127–156.

Стародубская М. Социальная ответственность бизнеса - PRямо в цель / М. Стародубская // Маркетинговые коммуникации. –2005. – №1. –С.16–19.

1. Крестникова И. Корпоративная филантропия: мифы и реальность / И. Крестникова, Е. Левшина. – М. : CAF, 2002. – 118 c.
2. Business and economic development: the impact of corporate responsibility standards and practices. // Business for Social Responsibility 2003 Annual report. – USA, 2004, – Р. – 25.
3. Logal D. Companies in communities: valuing the contribution / D. Logal, M. Tuffrey. – NY: CAF, 1999. – 55 p.
4. Griffith J. The acceptable face of capitalism? Corporate involvement in the charitable and voluntary sectors : DEMOS report / J. Griffith. – NY. : CAF, 1995. – 67 p.

Sarah H. Consumers Respond to Brands Affiliated with Social Issues / H. Sarah // Business in the Community. – 2005. – 01(27). – P. 118–149.

1. Лазоренко О. Принципи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ): тенденції сучасного світового досвіду / О. Лазоренко // Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка. – К. : Стілос, 2007. – С. 10–28.

Wether B. Strategic corporate social responsibility: Stakeholders in a global environment / B. Wether, D. Chandler. – NY. : Sage Publications Inc, 2005. – 384 p.

Handerson D. The Case Against Corporate Responsibility / D. Handerson // Polity. – 2001. - Vol.17, №2. – p. 28–32.

van Marrewijk, M. Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and Communion / M. van Marrewijk // Journal of Business Ethics. –2003. – vol. 44, no. 2, – pp. 95–105.

1. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. – №3. – С. 17–34.

Steurer R. Corporations, stakeholders and sustainable development: a theoretical exploration of business-society relations / R. Steurer, M.E. Langer, A. Konrad, A. Martinuzzi // Journal of Business Ethics. – 2005. – vol. 61, no. 3, pp. 263–281.

Welford R. Corporate social responsibility in Europe and Asia: critical elements and best practice / R. Welford // Journal of Corporate Citizenship. – 2004. - issue 13, – pp. 31–47.

CONE Corporate Citizenship Studies Report. – Boston : Cone Press, 2002. – 86 p.

Vogel DJ. Is there a market for virtue? The business case for corporate social responsibility / DJ. Vogel // California Management Review. – 2005. – vol. 47, no. 4, pp. 19–28.

1. Либоракина М.И. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ / М.И. Либоракина. – М. : Фонд Институт экономики города, 2001. – 134 с.

Коник Д.Л. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні / Д.Л Коник; [Матеріали експертного дослідження Д.Л.Коник, М.В.Олійник, Ю.О.Привалов]; Ін-т соціології НАН України. – К.: Батискаф, 2002. – 72 с.

Соцiальна вiдповiдальнiсть украiнського бiзнесу. Результати опитування ПРООН. – К. : КIT, 2005 – 56 с.

1. Бегма Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Ю.К. Бегма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько . – К. : Факт, 2006. – 130 с.
2. Starodubska M. Corporate social responsibility in Ukraine: Western “Fad” of real necessity? / M. Starodubska // Synergy: Ukrainian Management Education Journal. – 2005. – Vol. 1 (12). – p. 55 – 61.
3. Каплич Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: досвід Фундації Острозьких / Р. Каплич. – Рівне : Фундація імені князів-благодійників Острозьких, 2005. – 74 с.

Ротовский А.А. Системный PR / А.А. Ротовский. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2006. – 256 с.

Шарков Ф.И. Управление маркетинговыми коммуникациями (интегрированный подход) / Ф.И. Шарков. – М. : Академический проект, Трикста, 2006. – 256 с.

1. Уотсон Т. Методы оценки деятельности PR-подразделения компании: лучшее практическое руководство по планированию, исследованию и оценке связей с общественностью / Т. Уотсон, П. Нобл; [пер. с англ.]. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 272 с.
2. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз / В.Г. Королько. – К. : Ваклер, 2001. – 528 с.
3. Knott J. Freedom of association: a study of the role of international non governmental organizations in the development process of emerging countries. The potential and the role of NGOs. Case studies / J. Knott. – Bruxelles, UAI, 1962. – С. 20.

Преамбула Устава Организации Объединенных Наций, www.un.org/russian/documen/basicdoc/charter.htm

Маккарті К. Д. NOBLESSE OBLIGE або СТАН ЗОБОВ’ЯЗУЄ: Благодійність і культура філантропії в Чикаго, 1849–1929 рр. / К. Д. Маккарті; [пер. з англ. О.Ю. Винникова]. – К. : Центр філантропії, 2001. – 207 с.

1. Finger M. Environmental NGOs in the UNCED Process / M. Finger // Environmental NGOs in World Politics. Ed. Princen T., Finer M. – London: Routledge. – 1994. – pp.186–213.

Allen T. Poverty and development into the 21st century / T. Allen, A. Thomas. – NY. : Oxford University Press, 2000. – 584 p.

Sachs W. The Development Dictionary: a guide to knowledge as power / W. Sachs. – MS. : St. Martin's Press, 1992, – 352 P.

Barnett M. Rules for the World: International Organizations in Global Politics / M. Barnett, M. Finnemore. – Ithaca: Cornell University Press, 2004. – 226 p.

Schain M. The Marshall Plan: Fifty Years After / M. Schain. – New York : Palgrave Macmillan, 2001. – 320 p.

Bello, W. Dark victory. The United States, structural adjustment and global poverty / W. Bello. – London : Pluto Press with Food First and Transnational Institute, 1994. – 250 p.

Цели тысячелетия ООН, Раздел «Ценности и принципы» (пункт 5) www.un.org/russian/goals/index.html

Utting P. Promoting Development through Corporate Social Responsibility - Does it Work? / P. Utting. – NY.: UNRISD, 2003. – 60 p.

Браун С. Іноземна допомога на практиці / C. Браун. –К. : Основи, 1994. – 185 с.

Escobar A. Encountering development: the making and unmaking of the third world / A. Escobar. – Princeton : University Press, 1994. – 320 p.

Banerjee A. V. Making Aid Work / A. V. Banerjee. – NY. : The MIT Press, 2007. – 136 p.

Minear L. The Humanitarian Enterprise: Dilemmas and Discoveries / L. Minear. – West Hartford, Conn: Kumarian Press, 2002. – 304 p.

Rist G. The History of Development: From Western Origins to Global Faith / G. Rist G. – NY. : Zed Books, 2002. – 320 p.

Peet R. Theories of Development / R. Peet, E. Hartwick. – NY. : The Guilford Press, 1999. – 234 p.

Бобылев С. Экономика устойчивого развития / С. Бобылев, Э. Гирусов, Р. Перелет. – М. : Ступени, 2004. – 303 с.

**Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию, 2002 www.worldsummit2002.org**

1. Sydorenko O. Civic and charitable organizations in Ukraine / O. Sydorenko // Ukrainian NGO Monitor. – 2004. - May edition. – 24 p.

Симонова Л. Кросс-культурные взаимодействия в международном предпринимательстве / Л. Симонова, Л. Стровский. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 189 c.

1. Коник Д.Л. Формування зв’явків із громадськістю в неурядових організаціях України: соціологічний аналіз. - Рукопис. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціиології / Д.Л. Коник. – Інститут Социології НАНУ / Д.Л. Коник. – К., 2007. – 16 с.

Ионин Л.Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие / Л.Г. Ионин; [учеб. пособие для студентов вузов. – 3-е изд., перераб. и доп]. – М. : Логос, 2000. – 431 с.

1. Civic society organizations in Ukraine: state and dynamics (2002-2003). – Kyiv : Counterpart Creative Center, – 2004, – 28 p.

Hnat V. Nonprofit Governance practices in Ukraine / V. Hnat, O. Houmenuk, M. Wyat, E. Zakharchenko. – K. : International Center for Policy Studies, (July), 2003. – 46 p.

Миндра Л.В. Недержавні некомерційні організації України і Польщі як чинник демократичного суспільства / Л.В. Миндра // Україна і Польща в XX столітті: проблеми і перспективи взаємовідносин. Збірник наукових праць – Київ – Краків: НПУ им. Драгоманова, 2002. – С. 289-291.

Мартиненко Л.В Джерела фінансування недержавних неприбуткових культурно-мистецьких організацій: проблеми та перспективи / Л.В Мартиненко // Матеріали до українського мистецтвознавства. Збірник наукових праць. – Вип.3. – Київ.: Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т. Рильського НАН України, 2003. – С.71-76.

1. Ткачук А. Неприбутковий некомерційний сектор в Україні: законодавче забезпечення / А. Ткачук. – К.:Інститут громадянського суспільства,1997. – 51 с.
2. Закон України від 16 вересня 1997 року “Про благодійництво та благодійні організації” // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – №46. – Ст.292.

Закон України від 10 грудня 1991 року “Про дію міжнародних договорів на території України” //Відомості Верховної Ради України.-1992. – №10. – Ст.137.

1. Літвіна О.Ю. Правове положення благодійних організацій в Україні. – Рукопис: Автореф. дис... канд.. юрид. наук. / О.Ю. Літвіна. – Харків, 2003. – 21 с.
2. Закон України від 22 жовтня 1999 року “Про гуманітарну допомогу” // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – №51. –ст.451.
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 15 лютого 2002 року № 153 “Про створення єдиної системи залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги” // Офіційний Вісник України, – 2002. – № 8. – Ст.340.

Стратегічний план Агентства США з міжнародного розвитку на 2003-2007 роки., 25 c. www/usaid. kiev. ua/arc\_f/html

Михайлів М.О. Цивільно-правові засади надання міжнародної технічної допомоги в Україні. – Рукопис. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук за спеціальністю 12.00.03. – цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право. – Львівський національний університет імені Івана Франка / М.О. Михайлів. – Львів, 2004.

Постанова Кабінету Міністрів України від 14 січня 2004 року №15 “Про затвердження Стратегії залучення міжнародної технічної допомоги на 2004-2007 роки”// Офіційний Вісник України, – 2004. –№ 2. – Ст.45

Українське суспільство 1992-2006. Соціологічний моніторинг / [За ред. д.ек.н. В.Ворони, д.соц.н. М. Шульги]. – К.:Інститут Соціології НАНУ, 2006. – 578 с.

Зоркая Н. Политическое участие и доверие населения политическим институтам и политическим лидерам / Н. Зоркая // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 1999. – № 1. – С. 24-27.

Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектору: методичний посібник / [За ред. В.Г.Королька]. – К.:НАУКМА, 2003 – 315 с.

Зорин А. Чья нефть в обмен на продовольствие? / А. Зорин // Российская газета - Федеральный выпуск. – 2004. – №3646, 3.12. – C. 10–12.

Богданов В. Кумовство под прикрытием / В. Богданов // Российская газета - Центральный выпуск. – 2005. – №3804 – 24.06. – C.3–5.

Сиротин А. Обвинение по делу о коррупции ООН / А. Сиротин // Чайка. – 2007. – №3(86), 01.02. – С. 3–8.

1. Лисичкин В.А. Глобальная империя Зла. Новая геополитическая расстановка сил / В.А. Лисичкин, Л.А. Шелепин. – М.: Крымский мост – 9Д, 2001г. – 445 с.

Лисичкин В.А. Третья мировая (информационно-психологическая) война / В.А. Лисичкин, Л.А. Шелепин. – М. : Институт Социально-политическийх исследований АСН, 1999. – 419 с.

Camper F. The Mk/Ultra Secret / F. Camper. – Savannah, GA: Christopher Scott Publishing. 1997. – 384 c.

1. Расторгуев С.П. Философия информационной войны / С.П. Расторгуев. – М. : Московский психолого-социальный институт, 2003. – С. 99–126.

Пресс-конференция Госдепартамента США о проведении честных и демократических выборов в Украине. <http://www.state.gov/r/pa/prs/ps/2004/37083.htm>

Шалаев Г. Законодательство о НКО: Точечные поправки // Некоммерческое обозрение / Г. Шалаев. – 2006. – № 5. – с. 8–11.

Стенограмма пресс-конференции В.В. Путина для российских и иностранных журналистов 31 января 2006 года- 10 c. http://www.russian-embassy.org/Press/01\_02\_06\_rus.htm

Пушкина Н. Опыт взаимодействия с властью / H. Пушкина // Некоммерческое обозрение, – 2007 – №8. – C. 18–22.

1. Настільна книга неприбуткових організацій / [За ред. А.Ткачука]. – К. : Інститут громадянського суспільства, 2000. – 274 с.
2. Doh P. Globalization and NGOs: Transforming Business, Government, and Society / P. Doh, H. Teegen. – NY. : Praeger Publishers, 2003. – 256 p.

Joice P. Strategy in the Public sector: a guide to effective change management / P. Joice. – London, 2000. – 195 p.

Yearbook of international organizations: guide to global civic society networks. Vol 1 A 2000-2001. – München, Union of International Associations and Tompson G Saur Verlag, 2002. – 180 p.

1. Boli J.World Culture in the World Polity: A century of International Non-governmental Organizations / J. Boli, G. Thomas // American Sociological Review Vol 62, 1997, – pp.171–190.

Коник Д.Л. Третій сектор та соціальні практики / Д.Л. Коник // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. Науково-практичний збірник. – 2005. – №4 (32). – С.38–45.

1. Lowndes V. The Dynamics of Multi-organizational Partnerships: an Analysis of Changing Modes of Governance / V. Lowndes, C. Skelcher // Public Administration. –1998. – Vol 76: 2. – Р. 313–333.

Barre D., Frank D. Population control for national development: From World Discourse to National Policies / D. Barre, D. Frank // Constructing World Culture: International Nongovernmental Organization since 1875 ed. Boli J., Thomas G. – Stanford: Stanford University Press, – 1999. – pp. 198–221.

Білоножко П. Правові засади розвитку механізмів соціальної відповідальності влади та недержавних організацій / П. Білоножко // Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка. – К. : Стілос, 2007. – С. 133–137.

Коник Д.Л. Соціальна реклама в організаціях третього сектора / Д.Л. Коник // Соціальна реклама в Україні: Сучасний стан та перспективи розвитку: Матеріали конференції. – К.:Фоліант, 2004. – С.77–81.

1. IREX Activity report 2005. – Washington D.C: DC Publishing, 2006, – 15 p.

Довідник Організацій сприяння демократичному розвиткові та парламентській допомозі в Україні. – К. : КМ Академія, 2002, – 23 c.

1. IREX Ukraine Media Partnership Program Narrative report 2004-2006. – Kyiv, 2006. – 35 p.

Fink C. Strategic newspaper management / C. Fink. – NY. : Random house, 1988, – 398 p.

South. J. Beyoung Mir and Druzhba: benefits of international media partnerships / J. South // Quill, August 2007. – p. 13– 35.

Крылов А. Н. Реклама в контексте мультикультурных детерминант / А. Н. Крылов // Реклама в современном обществе: Сборник научных трудов. – М. : Издательство Московского гуманитарного университета, 2005. – С. 102– 115.

Storti, Craig. Cross-Cultural Dialogues: 74 Brief Encounters With Cultural Difference. – Boston: Intercultural Press, 1994. – 150 p.

Ручка А. Динаміка ціннісних пріоритетів громадян України (1994-2003 р.) / A. Ручка // Соціальні ризики та соціальна безпека в умовах природних і техногенних надзвичайних ситуацій та катастроф. – К.: Стілос, 2001. – C. 425– 436

Победа Н.А. Социально-культурная динамика в государствах постсоветского пространства / Н.А. Победа // Вісник Харківьского Національного університету ім. В.Н. Каразіна. – Харків. 2002. Вип 492. – С.30-37.

Ручка А.О. Ризик у словянській ментальності / А.О. Ручка // Соціальні ризики та соціальна безпека в умовах природних і техногенних надзвичайних ситуацій та катастроф. – К.: Стілос, 2001. – C. 425-436.

Шеремет П. Мешает ли наша ментальность жизненному успеху? / П. Шеремет // Зеркало Недели. 2005. – 19 (394). – C. 7– 12.

1. Пилипенко В. Людина в ринковому суспiльствi: орiэнтацii, поведiнка, культура / В. Пилипенко. – К. : Фоліант, 2005. – 224 с.
2. Пилипенко В. Человек в рыночных условиях: вербальное поведение и оценка реформ / В. Пилипенко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2006. – №1 – С. 153– 165.

Украинское общество в европейском пространстве / [Под редакцией Е. Головахи, С.Макеева.] – Киев: ИСНАНУ; Харьковский национальный университет им. В.Н. Карамзина, 2007. – 274 с.

1. Вардомацкий А.П. Cдвиг в ценностном измерении? / А.П. Вардомацкий // Cоцис. – 1993. – №4, – C. 46– 55.

Chavdarova, T. Културни срещи в бизнеса: български и западноевропейски предприемачи / T. Chavdarova // Социологически проблеми – 2004 – №1-2. – С.120–146.

Berry J.W. Cross-cultural Psychology: Research and Applications / J.W. Berry, Y.H. Poortinga, M.H. Segall, P. Dasen. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002, – 610 p.

Ньюстром Дж. В. Организационное поведение: поведение человека на рабочем месте / Дж. В. Ньюстром, K. Дэвис. – СПБ. : Питер, 2000. – 447 c.

Ким Я.Ю. Коммуникация и кросс-культурная адаптация / Я.Ю Ким // Этнос и политика: Хрестоматия. – М.: Издательство УРАО, 2000. – 400 c.

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000 – 624 c.

Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма / Ю. Хабермас // THESIS: T. I. – Вып. 2. – М. : Начала-Пресс, 1993. – С. 123– 136.

Chen, Guo-Ming. Foundations of intercultural communication / Guo-Ming Chen, & Starosta, J. William. – NY. : Allyn & Bacon, 1997. – 340 p.

1. Boli J. World Culture in the World Polity: A Century of International Non-Governmental Organization / John Boli, George M. Thomas // American Sociological Review, Vol.62 No.2 (Apr., 1997) p. 171– 190.

Peace Corps Annual report 2005. – K.:Alga, 2006, – 35 p.

Воробьев Г.Г. Американский характер. Очерки культуры США / Г.Г Воробьев. – М. : РАН, 1995. – С. 35-39.

MA in international non-governmental organizations brochure // www.webster.nl/\_site119/images/Webster\_University\_MA\_in\_INGO-L.pdf

Аза Л.А. Профессиональное самоопределение и трудовой путь молодежи / [Аза Л.А., Вишняк А.И., Головаха Е.И., Костенко Н.В.]. – К.: Наукова думка, 1987. – 303 с.

Садохин А.П. Культурология: теория и история культуры: Учебное пособие / А.П. Садохин. – М.: Эксмо, 2007. – 624 с.

Советский простой человек: опыт социального портрета на рубеже 90-х гг. / [А. А. Голов, А. А. Гражданкин, Л. Д. Гудков и др.; Отв. ред. Ю. А. Левада.] – М. : Мировой океан, 1993. – 279 c.

Фукуяма Ф. Социальный капитал / Ф. Фукуяма // Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу / [Под ред. Харрисона Л. и Хантингтона С.] – М. : Московская школа политических исследований, 2002. – С. 130– 135.

Костенко Н.В., Оссовский В.Л. Ценности профессиональной деятельности / Н.В Костенко, В.Л. Оссовский. – К. : Наукова думка, 1986 – 151 с.

1. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура / Т.Н. Персикова. – М. : Логос, 2004. – 224 c.
2. Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общечеловеческому прогрессу. [Под. Ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона]. – М.: Московская школа политических исследований, 2002. – 315 c.

***Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке:*** [***http://www.mydisser.com/search.html***](http://www.mydisser.com/search.html)