

УДК 005.32.621:008(477)

DOI <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2018-4-40-02>

ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Андросова О.Ф., к.е.н., доцент

*Запорізький національний технічний університет
Україна, 69000, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 64*

AndrosovaEF@gmail.com

У статті проведено теоретичні дослідження особливостей національної культури України та визначено вплив на формування корпоративної культури на машинобудівних підприємствах держави. Особливу увагу зосереджено на національному менталітеті, що виступає важливим чинником у формуванні корпоративної культури на машинобудівних підприємствах. Подано концепції трактування поняття «ментальність» представниками різних шкіл наукової думки; розглянуто структуру, споріднені риси ментальності та культури, компонентний рівень, символи, стереотипи в структурі ментальності. Виділено в українській гуманітаристиці кілька концептуальних підходів до розуміння поняття ментальність, які тяжіють до «Традиції Юнга» або «Традиції Аналів». З'ясовано, що ментальність можна моделювати, вона відображає певну цілісну структуровану систему соціально-психічних явищ, яка належить означеній соціальній спільноті. Визначено взаємозв'язок ментальності та корпоративної культури; виявлено, що система поняття ментальності включає в себе функціональний вимір, який складається з підсистем. Установлено рівневі структури ментальності та існування багатокритеріального підходу до виділення рівнів. Розглянуто взаємозв'язок ментальності з культурою етнонаціонального буття, західну парадигму культури та її риси, що забезпечують інноваційні процеси етнонаціонального буття; виявлено негативні наслідки сучасної культури етнонаціонального буття. З'ясовано, що ментальність як прояв культури етнонаціонального буття характеризується багатоаспектною та багатовимірною структурою, базові елементи якої знаходять свій вираз у корпоративній культурі. Систематизовано основні принципи відмінності східної й західної культурної традиції. Наведено різні види ментальності та виявлено вплив підвиду національної ментальності на корпоративну культуру, а також споріднені ознаки господарського менталітету та корпоративної культури.

Ключові слова: національна культура, символи, гасла, емблема, корпоративна культура, менталітет.

FEATURES OF NATIONAL CULTURE AND ITS EFFECT ON FORMING CORPORATE CULTURE AT MACHINE-BUILDING ENTERPRISES OF UKRAINE

Androsova O.F., PhD in economics, assistant professor

*Zaporizhzhia Technical National University
Ukraine, 696000, Zaporizhzhia, Zhukovsky str., 66*

The article deals with theoretical studies of the peculiarities of the national culture of Ukraine and the influence on the formation of corporate culture at the machine-building enterprises of the state. Particular attention is focused on national mentality, it is an important factor in the formation of cooperative culture at machine-building enterprises. Different concepts of the interpretation of the concept "mentality" and representatives of different schools of scientific thought are presented in the paper; structure, related features of mentality and culture, component level, symbols, stereotypes in the structure of mentality are considered. A number of conceptual approaches to understanding the concept of mentality that tend to the "Tradition of Jung" or "The Traditions of the Anals" are highlighted in Ukrainian humanities. It is found that mentality can be simulated, it reflects a certain integral structured system of social and psychological phenomena belonging to a defined social community. Interdependence of mentality and corporate culture is determined; It was discovered that the system of concept of mentality includes a functional dimension, which consists of subsystems. The level structure of mentality and the existence of a multi-criteria approach to the allocation of levels are established. The relationship of mentality with the culture of ethno-national life, the western paradigm of culture and its features that provide innovative processes of ethno-national life are considered; the negative effects of modern culture tours of ethno-national life were discovered. It is revealed that mentality, as a manifestation of the culture of ethnonational existence, is characterized by a multidimensional and multidimensional structure whose basic elements are expressed in corporate culture. The main principal differences between the Eastern and Western cultural traditions are systematized. Different types of mentality are presented and the influence of the subtype of national mentality on corporate culture is revealed, as well as related features of economic mentality and corporate culture.

Key words: national culture, symbols, slogans, emblem, corporate culture, mentality.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Національний характер є важливою складовою будь-якої національної культури, зокрема корпоративної. Національний характер являє собою сукупність психологічних явищ, буття,

форми самоусвідомлення народу. Розвиток національного характеру залежить від стану розвитку суспільства, держави, права, економічної культури, від можливості людини реалізувати свої права й свободи. Національний характер суттєво впливає на соціально-економічний розвиток суспільства, у тому числі корпоративної культури, корпоративної свідомості. Корпоративна культура, що будується з урахуванням національного стереотипу, має бути компромісною, щоб сприяти розвитку сталих взаємовідносин працівників.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Як бачимо із публікацій і останніх наукових досліджень, особливостями національного менталітету української нації у формуванні корпоративної культури на підприємствах машинобудування займалися такі науковці: Захарчин Г.М., Любомудрова Н. П., Винничук Р. О., Смолінська Н.В. [1], Юрченко В.В., Мельник Ю.В., Богданова Н.В. [2], Співак В.А. [3], Зибцев В.М. [4]. Визначаючи вплив національного характеру українців на формування корпоративної культури, необхідно враховувати обставину, що для української культури є характерним надання пріоритету не формальному розуму, а нормам морального життя суспільства. Такі норми базуються на принципах індивідуальності та людяності, гармонії з природою.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Дослідити основні особливості національного менталітету української нації, визначити вплив національної культури на формування корпоративної культури на машинобудівних підприємствах країни. Розглянути багатокритеріальний підхід до вивчення рівня структури ментальності. Обґрунтувати споріднені ознаки корпоративної культури та господарського менталітету.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Важливим чинником виступає національний менталітет, який є засадничою категорією у формуванні корпоративної культури. Дуже тісно пов'язані такі феноменальні світоглядні категорії, та охоплюють глибинно-психологічні підстави існування суспільства загалом.

Основна проблема сутності національного менталітету утворилася на перетині інтересів представників таких галузей знання: філології, культурології, історії, психології, соціології, лінгвістики, політології, етнографії та ін. Дуже часто змінювалося трактування цієї категорії в історичному аспекті: кожний виток розвитку людського суспільства пропонував свою парадигму і свою філософсько-методологічну традицію вивчення цього явища.

Існують різні концепції трактування поняття “ментальність”, яке походить від латинського слова *mens* (дух, ум, спосіб мислення) [1, с. 151].

Представники різних шкіл – філософських, психологічних і різних народностей давали своє пояснення цій категорії.

Представники американського трансценденталізму, зокрема (Р. Емерсон) розглядають ментальність як інтуїцію, наближену до способу мислення, “якості розуму” та світосприйняття.

У перекладі з англійської мови воно означає розум, інтелект, розумові особливості, ступінь інтелектуальної енергії, напрям мислення, характер або спрямування інтелекту.

Французька думка 20-30 рр. ХХ ст. схильна вважати термін “*mentalite*” тотожним поняттю “мислення”.

Психолог, К. Г. Юнг, визначає психологічні засади поняття “ментальність” через наявність колективного несвідомого як відбиток досвіду попередніх поколінь, утілених в архетипах – загальнолюдських первообразах. Архетипи зумовлюють не стільки зміст свідомості, скільки його напрям, стиль, модус. Так з'явилася “традиція Юнга”, яка стосувалася інтерпретації терміна “ментальність”.

Французька “нова” історіографія також звертається до психології і тлумачить ментальність як шар соціальної психіки, що знаходить таємничу передумову суспільної дії.

В українській гуманітаристиці можна виділити кілька концептуальних підходів до розуміння поняття ментальність, що тяжіють або до “Традиції Юнга” або “Традиції Аналіз”.

“Традиція Юнга” – ототожнення поняття ментальності зі сталими архетипами національного несвідомого.

“Традиція Аналів” – розглядає ментальність як спосіб світосприйняття й поведінки людей визначеної епохи й культурної парадигми. Цікавим є тлумачення ментальності А. Потебні, як “народне світосприйняття, бачення світу, модус мислення” [1, с. 151].

До споріднених рис ментальності та культури відносяться такі функціональні поняття, як світогляд, світосприйняття, світовідчуття, світорозуміння.

У ментальності перехрещується раціональне та чуттєво-соціальне визначення національного менталітету, яке найкраще відображає ідею його впливу на формування корпоративної культури. Слід зауважити, що в літературі майже не зустрічається методологічних засад застосування цього поняття в економічній сфері.

Важливою характеристикою поняття терміна “ментальність” стосовно до господарської поведінки є те, що воно відображає певну цілісну структуровану систему соціально-психічних явищ, яка належить визначеній соціальній спільноті. Якщо дослідити цю структуру, то можна моделювати ментальність, особливо сьогодні, в час інформатизованого життя і розвитку інформаційних технологій.

У літературних джерелах структура ментальності представлена як чітка цілісність, що розглядається в “трьох головних структурних вимірах: компонентному, рівневому і функціональному” [3, с. 34].

Компонентний рівень складається з символів, стереотипів, ментальних настанов, міфологічних конструкцій.

Символи і стереотипи в структурі ментальності створюють парні конструкції, які діють за схемою “теза – антитеза”, “бідність – багатство”, “рабство – панування” тощо, тобто є опозиційно відмінними структурами.

Спираючись на структурно-функціональний аналіз, виокремимо структуру і функції менталітету, які відстежать взаємозв’язок із корпоративною культурою на рис. 1.

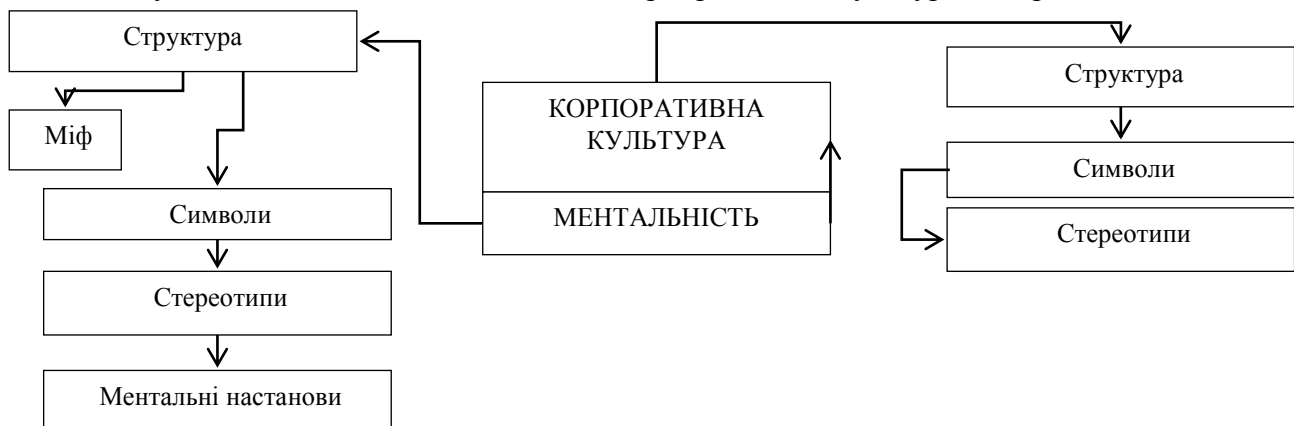


Рис. 1. Взаємозв’язок ментальності та корпоративної культури

Компонентний вимір структури ментальності проявляється у формі ставлення до фундаментальних підвалин людського буття, зокрема праці, власності, влади, свободи та інтегровано – до організаційної культури.

Наукова спільнота вивчає рівневі структури ментальності, і серед різних вчених також існує багатокритеріальний підхід до виділення рівнів. Особливої уваги заслуговують чотири “шари” ментальності:

- “партикулярна культура, що формується на рівні масового несвідомого”;
- “духовна самість” – спільність і єдина спрямованість соціокультурної традиції різних суспільних груп і станів на рефлексивному рівні;
- соціальний відгук, зумовлений природною реакцією людей на різні утворення та події: політику, владу, державу;
- метасоціальний, що корелює із всеохоплюючою національною ідеєю, а також пов’язаних з її флуктуаційними станами свідомості.

Українські вчені [3] пропонують іншу класифікацію рівнів ментальності:

Перший рівень – архаїчно-культурний, що “безпосередньо базується на архетипах колективного несвідомого, репрезентований, здебільшого, у формі ментальних символів, з найбільшим усталеним смисловим значенням”.

Другий рівень – соціальної практики, що включає в себе певною мірою усвідомлені стереотипи і ментальні настанови.

Третій рівень – ціннісно-нормативний, що “уявляється носієм рефлексивним, усвідомленим, хоч він досить неусвідомлено спирається на символи, стереотипи і ментальні настанови, що відтворюються традицією” [2].

Порядок поняття ментальності включає в себе функціональний вимір, який складається з таких підсистем [3]:

- ідентифікаційно – інтегративна, у якій ментальність є засобом само ототожнення індивіда та консолідації суспільних угруповань;
- комунікативна – засвідчує, що спільність символів, стереотипів і ментальних настанов зумовлюють адекватність спілкування;
- світоорієнтовальна (або квазіпізнавальна), згідно з якою ментальність репрезентується як певна “картина світу”;
- смислотворча, пов’язана ціннісним характером ментальних символів.

Зазначені ознаки ментальності мають прикладну цінність, яка проявляється лише в конкретному соціально-культурному контексті. Відстежується тісний взаємозв’язок ментальності з культурою етнонаціонального буття.

Культура етнонаціонального буття – це складне поняття, що стосується матеріальних (їжа, одяг) явищ і соціальних (організація і структура суспільства) явищ, а також специфіки індивідуальної поведінки, репродукції і, навіть, організованої діяльності (релігія і наука).

Культура етнонаціонального буття – це адитивність об’єктів до феноменів національного соціуму, екзистенції, політики, економіки, промисловості, формування людини, що поєднуються проблематикою удосконалення людини з орієнтаціями виховання, гуманізму, просвітництва. Культурогенез нації залежить від соціосередовища, природних умов, діяльності об’єктів, тому етнонаціональна культура базується на такому арсеналі понять, як характер, традиції, звичаї, когнітивні моделі, новаційні феномени прогресу, що значно відрізняються в східній і західній парадигмі культури. Таку відмінність представлено на рис. 2.

Соціокультурний світ етнонаціонального буття західної чи східної парадигми – це суспільство з властивим йому особливим, унікальним і неповторним типом культури.



Рис. 2. Домінантні відмінності східної і західної культурної традиції

Розрізняють:

- історичні типи культури – змінюють різні епохи в розвитку суспільства;
- регіональні культури – надетнічні культурні спільноти, що формуються в певному географічному ареалі і протягом тривалого історичного часу зберігають свою специфіку.

Сучасна західна парадигма культури (з початку ХХ ст.) включає такі риси, що забезпечують інноваційні процеси в рамках етнонаціонального буття:

- дух підприємництва, бізнесу, індивідуалізму;
- динамічність, швидка зміна умов життя;
- модернізм і постмодернізм;
- науково-технічна революція;
- комп'ютеризація – перехід до нового типу суспільства – «інформаційного»;
- зростання глобальних проблем;
- домінування споживацьких настроїв та формування «споживацького суспільства» зі всіма його недоліками (бездуховність, асоціальні тенденції, наркоманія, злочинність, тероризм).

Наслідком суперечності сучасної культури етнонаціонального буття є:

- свобода і насилля. Збільшення свободи особистості; зростання мобільності, часу дозвілля, можливостей вибору, доступу інформації, гуманізм, демократія і лібералізм проти насилля, але водночас розповсюдження насилля;
- елітарність і масовість. Спеціалізація «високої культури»: у кожній сфері культури своя еліта; розповсюдження «індустрії культури», заснованої на ринку; «маскульт», контркультура, ворожа до існуючих у суспільстві порядків;
- плюралізм і уніфікація. Безліч точок зору, концепцій, теорій, стилів, шкіл, вчень; устремління до стандартизації умов життя, думок, ідеалів, розповсюдження масової культури, свідомості людини.

На землі безліч культур, і кожна з них здатна надати всесвітній історії неповторного лику. Якщо історії багатоваріантні, то виправдана концепція бережливого ставлення до різних культурних коренів. Європейська культурна традиція володіє безперечною своєрідністю; вона відрізняється від всіх інших культур світу. Філософи намагаються виявити внутрішнє ядро цієї культури; вони відмічають її раціональність, тобто опору на рацію, розум, який є долею західної культури. Прометеївський початок в європейській культурі – це боротьба проти тиранії, архетип героїзму, тяжіння до перебудови реальності, а фаустівська душа тягнеться до пізнання, верховенства над світом, до того, щоб виправити існуючий правопорядок.

Ментальність як прояв культури етнонаціонального буття характеризується багатоаспектною та багатовимірною структурою, базові елементи якої знаходять свій вираз у корпоративній культурі.

Основні відмінності в поглядах вчених щодо того, чи ментальність змінюється в часі під дією певних факторів, чи вона є сталою або формується за відповідними циклами. Тому виникає поняття консервативної (сталого) ментальності або динамічної (“дух часу”).

Розрізняють різні види ментальності: національну, статеву, вікову, професійну, античну, середньовічну, барокову, політичну, правову, господарську, екологічну. Такі види ментальності мають різну типологію, але виходять із трактування ментальності як визначеної соціально-психологічної структури, що характеризує специфіку сприйняття та поведінку різноманітних суспільних груп [1, с.156].

Велике значення в корпоративній культурі має такий підвид національної ментальності, як господарський менталітет, взаємозв'язок якого із корпоративною культурою надано на рис. 3.

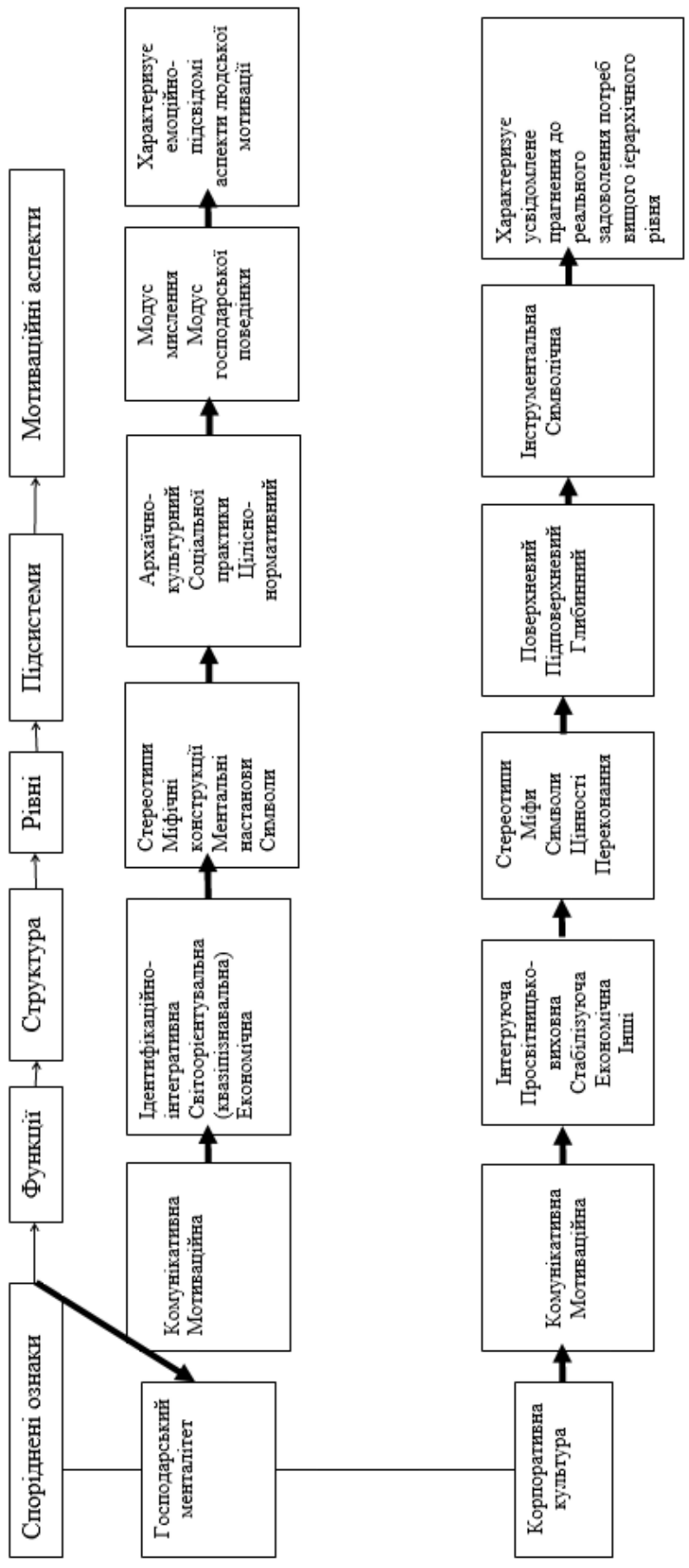


Рис. 3. Взаємозв'язок господарського менталітету і корпоративної культури

До споріднених ознак господарського менталітету і корпоративної культури відносять: функції, які вони виконують; структуру, яка формує їхню цілісність; рівні, з яких вони складаються; підсистеми та мотиваційні важелі. Серед виділених п'яти ознак перші три є майже тотожними, а підсистеми тотожні тільки за кількістю (дві в обох випадках), але відмінні за сутнісною ознакою.

У мотиваційних аспектах теж є відмінності, оскільки мотивація господарського менталітету сягає підсвідомого рівня, а корпоративна культура характеризує усвідомлене прагнення до реального задоволення потреб.

ВИСНОВКИ

Національний менталітет є важливим чинником у формуванні корпоративної культури на машинобудівних підприємствах України. Однією з особливостей національного характеру українців, яка суттєво впливає на формування корпоративної культури, є індивідуалізм, зумовлений специфікою суспільного життя. Український індивідуалізм сформувався як пріоритет індивідуального над загальним, колективним, як вияв свободолюбства особистості. Отже, ця риса національного характеру українців об'єктивно сприяє формуванню корпоративної культури на машинобудівних підприємствах, нормам корпоративної філософії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Захарчин Г.М., Любомудрова Н.П., Винничук Р.О., Смолінська Н.В. Корпоративна культура: навч. посіб. Львів, 2011. 317 с.
2. Юрченко В. В., Мельник Ю. В., Богданова Н. В. Корпоративна культура організації: навч.-метод. посіб. Київ, 2014. 44 с.
3. Спивак. В. А. Корпоративная культура. Теория и практика. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 352 с.
4. Зибцев В. М., Попов В. Ю. Господарський менталітет України: теорія, історія та сучасний стан. Донецьк: Норд – Пресс, 2005. 175 с.
5. ДП «Центр науково-технічної інформації та сприяння інноваційному розвитку України» центр адаптації державної служби до стандартів європейського союзу. Корпоративна культура: навч.-метод. посіб. Київ: ДП «Укртехін-форм», 2013. 185 с.
6. Бабич О. Основні засади створення корпоративної культури як інструменту управління. *Вісник Української академії державного управління*. 2003. №2. С.449-456.
7. Андрушків Б.М. Корпоративне управління: навч. посіб. Київ : Кондор, 2011. 582 с.
8. Андрушків Б.М., Черничинець С.П. Корпоративне управління : навч. посіб. Київ: Кондор, 2011. 28 с.

УДК 336.714

DOI <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2018-4-40-03>

МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ХЕДЖУВАННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ УКРАЇНСЬКИМИ АГРОПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Захарова О.Л., аспірант

*Запорізький національний університет
Україна, 69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66*

У статті розглядаються проблеми валютних ризиків експортерів сільськогосподарської продукції. Досліджено методичні підходи до управління валютними ризиками на агропромислових підприємствах та запропоновано заходи щодо обмеження їх впливу. Автор пропонує класифікацію основних валютних ризиків сільськогосподарських виробників. Розглянуто підходи до формування системи управління валютними ризиками в аграрній сфері. Визначено механізми управління ризиками агропромислових вітчизняних підприємств. Запропоновано деякі методи хеджування валютних ризиків, які можуть застосовуватися українськими підприємствами.

Ключові слова: сільськогосподарське виробництво, валютні ризики, методи, управління, хеджування, підприємство, девальвація, опціон.