

словно. Заботливый Родитель лучше всего сможет проявить себя в сфере социальных отношений, психолого-педагогической службе. Ведущее эго-состояние Взрослого наиболее эффективно проявляется в сферах бизнеса, управления. Для Естественного Ребенка предпочтительны сферы искусства и науки. Адаптивный Ребенок незаменим в сфере обслуживания и работы с клиентами.

Обобщая вышеизложенное, следует отметить, что среди ведущих эго-состояний в группе респондентов преобладающим является состояние Адаптивного Ребенка. В значительно меньшей степени проявлены состояния Заботливого Родителя, Естественного Ребенка и Взрослого. Не выявлено в опрашиваемой группе студентов эго-состояние Критикующего Родителя. Результаты проведенного исследования дают возможность не только глубже узнать свои индивидуальные особенности, осознать свои сильные и слабые стороны, но и точнее определиться с направленностью профессиональной деятельности. И, как следствие, это позволит достичь большей эффективности и продуктивности во всех сферах жизнедеятельности человека.

Список использованной литературы

1. Берн, Э. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы / Э. Берн. – Москва: ФАИР-ПРЕСС, – 2001. – 480 с.
2. Личная эгограмма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psytests.org/ta/barego.html> – Дата доступа: 13.04.2021.
3. Эгограмма личности по методике Барановской М.С. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.transactional-analysis.ru/egogramma> – Дата доступа: 15.04.2021.

УДК 332.135:316.7(476)

НАЦИОНАЛЬНАЯ ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК ФАКТОР ЕЕ ИНТЕГРАЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Чеботарев Е.В., к.э.н., доцент

ГУ «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко», г. Старобельск; магистр Лодзинского университета, г. Лодзь.

Ключевые слова: национальные деловые культуры, Республика Беларусь, междисциплинарный анализ, экономическая компаративистика, параметры-измерители.

Key words: national business cultures, the Republic of Belarus, interdisciplinary analysis, economic comparativistics, indicative parameters.

Аннотация: Раскрывается сущность понятия «национальные деловые культуры» и дается его категориальное определение. Рассматривается содержание параметров-измерителей национальных деловых культур и проводится компаративный анализ национальных деловых культур Республики Беларусь и всех граничащих с ней стран, а также двух наиболее развитых стран Европы – Германии и Франции. Дается обобщенная характеристика национальной деловой культуры Республики Беларусь и выделяются ее наиболее перспективные конкурентные преимущества в системе международного разделения труда.

Summary: The essence of the concept of "national business cultures" is revealed and its categorical definition is given. The content of the indicative parameters of national business cultures is considered and a comparative analysis of the national business cultures of the Republic of Belarus and all neighboring countries, as well as the two most developed countries of Europe - Germany and France is carried out. A generalized characteristic of the national business culture of the Republic of Belarus is given and its most promising competitive advantages in the system of international division of labor are highlighted.

Сфера международного интеграционного сотрудничества экономических агрегатов разного уровня сложности (предприятий, регионов, стран и международных организаций) закономерно предопределяется совокупностью факторов: естественно-природных, экономических, исторических, межнациональных, социальных, политических, научно-технических, культурных, и т. д. Их роль в формировании и развитии мировой экономики, при всех имеющих место недостатках, достаточно полно раскрыта в научной литературе и соответствующих прикладных разработках.

Вместе с тем, содержание и роль такого междисциплинарного феномена экономической компаративистики (и в целом – общественного явления) как национальные деловые культуры, остаются малоисследованными. Это касается как теоретико-методологических, так и практических аспектов.

По сути дела, мировая наука после первой волны исследований в данном направлении в лице основателей теории национальных культур – Г. Хофстеде [1], Ф. Тромпенаарса [2] (оба – представители Нидерландов), а затем Р. Льюиса (Великобритания) и К. Рапая (США), относящихся к временному периоду с восьмидесятых годов XX в. до середины первого десятилетия XXI в., за последние 10–15 лет в этом отношении не сделала существенных прорывов. Соответствующие прикладные наработки также предопределены исследованиями Г. Хофстеде (и, в определенной мере, Ф. Тромпенаарса) и представлены, практически, только материалами аналитической компании Hofstede Insight [3].

Попытки исправления такого положения, явно не отвечающего запросам экономической теории и хозяйственной практики, представлены

в комплексных научно-практических и методических работах Центра научно-исследовательского сотрудничества Польша – Украина, созданного в 2016 г. на базе кафедры менеджмента Лодзинского университета и кафедры экономики, маркетинга и предпринимательства Луганского национального университета имени Тараса Шевченко (г. Старобельск) [4, 5].

Национальные деловые культуры это – система совокупности базовых положений предпринимательской деятельности, эволюционно сформировавшихся и воспроизводимых в пространстве и во времени; ценностных ориентиров – поведенческих канонов осуществления предпринимательства, а также – традиций, деловой этики и коммуникативного поведения в бизнесе, которая присуща ее общенациональному содержанию (страны в целом) или – группе стран, близких по своим характеристикам).

Количественный анализ национальных деловых культур в современной экономической компаративистике, как правило, осуществляется с использованием шести параметров-измерителей: «дистанция власти», «индивидуализм», «маскулинность», «избегание неопределенности» («уход от неопределенности»), «долговременная ориентация» (этот параметр сначала определялся как «конфуцианский динамизм»), «индугенция» («снисходительность»).

Под параметром «дистанция власти» понимается отстранение менеджеров среднего и низшего уровней от принятия значимых управленческих решений. Измеритель «индивидуализм» классифицирует меру культивирования и распространения в разных странах индивидуалистского подхода в создании бизнеса и его управлении. Параметр «маскулинность» используется для характеристики степени своеобразной героизации в разных культурах достижения предпринимательской карьеры. В странах с высоким уровнем маскулинности противоречия (несовпадения интересов), как правило, разрешаются через борьбу и конфликты, а не благодаря взаимным уступкам на основе учета интересов сторон. С помощью измерителя «избегание неопределенности» идентифицируются внутренне присущие свойства, характерные для бизнес-среды разных типов деловых культур по стремлению управленцев избежать неопределенность как таковую. Под параметром «долговременная ориентация» понимается ориентированность управленцев концентрировать свои действия или в рамках краткосрочной перспективы, или – наоборот: ориентироваться на долгосрочную бизнес-перспективу. При помощи измерителя «индугенция» понимается снисходительное отношение к абсолютизации в предпринимательстве рыночных «ценностей» эгоизма и прибыльности как таких; а также – проникновение этих «ценностей» во все другие сферы жизнедеятельности общества.

Приведенные параметры являются обоснованными и необходимыми. Однако, они не являются достаточными для системного анализа такого сложного явления как национальные деловые культуры. Их целесообразно рассматривать как основу для последующих разработок.

Исходные данные для анализа деловой культуры Беларуси в сравнении со всеми граничащими с ней странами и двумя передовыми экономиками Западной Европы – Германии и Франции на основе материалов Hofstede Insights представлены в таблице 1 (показательным является следующее: до самого последнего времени центр Hofstede Insights не проводил своих оценок по Беларуси, что исходя из ее потенциала и своеобразия национальной деловой культуры – нонсенс).

Собственные исследования автора деловой культуры Республики Беларусь проводились в 2019–2020 гг. на основе анкетирования представителей бизнеса, которое провели студенты из Беларуси, обучающиеся в Лодзинском университете.

На основе проведенных нами предыдущих исследований, результаты которых подтверждаются данными Hofstede Insights, обобщенная характеристика национальной деловой культуры Республики Беларусь может быть представлена таким образом.

Для деловой культуры Беларуси является характерным высокий уровень дистанции власти, что является типичным для всех стран бывшего СССР. Высоким есть и уровень коллективизма при достаточно низком уровне индивидуализма (по 25 пунктов и для Беларуси, и для Украины). Однако, это не следует понимать, что вытекает из разработок западной компаративистики, как недостаток.

Таблица 1. Показатели национальных деловых культур Республики Беларусь в сравнении с аналогичными показателями стран Европы

| | Дистанция власти | Индивидуализм | Маскулинность | Избегание неопределённости | Долговременная ориентация | Инд�льгенция |
|----------|------------------|---------------|---------------|----------------------------|---------------------------|--------------|
| Беларусь | 95 | 25 | 20 | 95 | 81 | 15 |
| Латвия | 44 | 70 | 9 | 63 | 69 | 13 |
| Литва | 42 | 60 | 19 | 65 | 82 | 16 |
| Польша | 68 | 60 | 64 | 93 | 38 | 29 |
| Россия | 93 | 39 | 36 | 95 | 81 | 20 |
| Украина | 92 | 25 | 27 | 95 | 86 | 14 |
| Германия | 35 | 67 | 66 | 65 | 83 | 40 |
| Франция | 68 | 71 | 43 | 86 | 63 | 48 |

*составлено на основе [3]

Беларуси, практически совпадающий с соответствующим показателем Литвы (соответственно, 20 и 19 пунктов) свидетельствует о готовности и умении бизнеса к поиску компромиссов, возможности учета пожеланий партнеров по бизнесу (и об отсутствии предпосылок для конфликтности, что является достаточно характерным для стран с более высокими показателями маскулинности). Для Беларуси свойственно высокое избегание неопределенности, что в такой же мере типично практически для всех стран Европы (за исключением стран северной Европы и Балтии). Предприниматель Беларуси не стремится к сиюминутной коммерческой выгоде, он нацелен на долгосрочные бизнес-проекты; по показателю долговременной ориентации, деловая культура Беларуси очень близка показателям Литвы и Германии (соответственно, 81, 82 и 83 пунктов). Показатель Беларуси по индугенции практически совпадает с показателями Литвы и Украины (15, 16 и 14 пунктов).

Отмеченные черты деловой культуры Республики Беларусь выступают существенными благоприятствующими факторами ее интеграционного сотрудничества. Причем, они носят глубинный характер, подкрепляются не только выгодным географическим положением страны, но и ее достаточно мощными экономическими, научно-техническими и людскими ресурсами. Эти факторы в силу их глубинного и долговременного характера непременно проявятся в дальнейшем повышении совокупного конкурентного потенциала Республики Беларусь в системе международного разделения труда.

В отраслевом контексте конкурентные преимущества Беларуси, никак не умаляя роли ряда других отраслей, наиболее существенны в агропродовольственной сфере. Продукция белорусских предприятий молокоперерабатывающей, кондитерской и пивоваренной промышленности уже сейчас не уступает европейским аналогам (а по ряду товарных позиций и выше). Достаточно благоприятные перспективы имеет также сельскохозяйственное машиностроение. Существенный рывок в последние десять-пятнадцать лет демонстрирует и научная сфера обеспечения агропромышленного развития.

Список использованной литературы

1. Hofstede, G. Value systems in forty countries: Interpretation, validation, and consequences for theory. In L. H. Eckensberger, W. J. Lonner and Y.H. Poortinga (Eds.), *Cross-Cultural contributions to psychology*. Lisse, Netherlands: Swets and Zeitlinger, – 1979, pp. 389–407.

2. Trompenaars, A. M. R. CULTURE AND PROJECT ORGANIZATIONS. *Proj Manage in Prog, Tools and Strategies for the 90s*, Int

Resour on the Appl of Ideas, Knowl and Exper Concern Proj and Proj. North Holland, – 1988, pp. 119–131.

3. Hofstede Insights. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hofstedeinsights.com/country-comparison/>.

4. Glinkowska, B. and Chebotarov, V.A Comparative Cross-Cultural Analysis of the Profile of A Modern Ukrainian Manager: The Imperatives of the Future in the Context of Internationalization // Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe, 2018, № 21 (3), pp. 63–74. <https://doi.org/10.2478/cer-2018-0019>.

5. Chebotarov, Ie. National business cultures: research methodology, content and role in provision of international entrepreneurship // Economic Herald of the Donbas. – 2019, № 4, pp. 30–33. doi: 10.12958/1817-3772-2019-4(58)-30-33.

УДК 631.155.2:658.8 (476)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА И СБЫТА ОРГАНИЧЕСКОЙ ПЛОДООВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

Шанько О.Ю., магистр экономических наук

Учреждение образования «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск

Ключевые слова: органическая плодовоовощная продукция, плодовоовощной подкомплекс, эффективность, маркетингово-сбытовая деятельность, инфраструктура сбыта, сбыт

Key words: organic fruits and vegetables, horticultural sub-complex, marketing and sales activity, distribution infrastructure, distribution

Аннотация: В статье рассмотрены условия, влияющие на принятие решения покупателями относительно приобретения органической плодовоовощной продукции. Установлено, что сложившаяся в настоящее время в национальном плодовоовощном подкомплексе инфраструктура сбыта ориентирована преимущественно на крупные сельскохозяйственные предприятия, производящие традиционную плодовоовощную продукцию. Ее совершенствование за счет формирования условий, способствующих росту реализации органической плодовоовощной продукции, будет содействовать росту эффективности маркетингово-сбытовой деятельности в плодовоовощном подкомплексе в целом.

Summary: The article considers the conditions that effect organic fruits and vegetables purchasing. The distribution infrastructure, that prevail in national