

Министерство образования Республики Беларусь
Полесский государственный университет
Экономический факультет
Белорусский национальный технический университет
Санкт-Петербургский государственный институт культуры
Тернопольский национальный экономический университет
Университет им. Адама Мицкевича в Познани
Национальный университет водного хозяйства и природопользования, г. Ровно
Луцкий национальный технический университет
Одесский национальный экономический университет

СБОРНИК
трудов XIV международной
научно-практической конференции
”Устойчивое развитие экономики:
состояние, проблемы, перспективы“

XIV International scientific-practical conference
”SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY:
THE STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS“

Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь,
24 апреля 2020 г.

Пинск 2020

УДК 330 (476.7)
ББК 65.9 (4Бел)
У 81

Редакционная коллегия:

- Шебеко К.К.**, ректор университета, доктор экономических наук,
профессор (главный редактор);
Кручинский Н.Г., проректор по научной работе, доктор медицинских наук, доцент;
Золотарева О.А., проректор по учебной работе, доктор экономических наук, доцент;
Бучик Т.А., декан факультета экономики и финансов,
кандидат экономических наук, доцент;
Рыбалко Ю.А., заместитель декана по научной работе факультета
экономики и финансов, кандидат экономических наук;
Гречишкнина Е.А., заведующий кафедрой маркетинга и международного
менеджмента, кандидат экономических наук, доцент;
Игнатенко Ю.В., заведующий кафедрой экономики и бизнеса,
кандидат экономических наук, доцент;
Жилевич О.Ф., заведующий кафедрой межкультурных коммуникаций,
кандидат филологических наук, доцент;
Лозницкий В.Л., доцент кафедры межкультурных коммуникаций,
кандидат педагогических наук, доцент;
Лукашевич В.А., заведующий кафедрой банкинга и финансовых рынков,
кандидат экономических наук, доцент;
Лисовский М.И., заведующий кафедрой финансового менеджмента,
кандидат экономических наук, доцент.

Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов XIV международной научно-практической конференции, УО "Полесский государственный университет", г. Пинск, 24 апреля 2020 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2020. – 217 с.

ISBN 978–985–516–617–8

Приведены материалы участников XIV международной научно-практической конференции "Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы".
Материалы изложены в авторской редакции.

УДК 330 (476.7)
ББК 65.9 (4Бел)

ISBN 978–985–516–617–8

© УО "Полесский государственный университет", 2020

**МАРКЕТИНГОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ КУЛЬТУР
БЕЛАРУСИ, ПОЛЬШИ, ЛИТВЫ И УКРАИНЫ
В ОСВОЕНИИ МИРОВЫХ РЫНКОВ**Е.В. Чеботарев¹, В.А. Чеботарев²Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина,
¹legor.chebotarov@gmail.com, ²vena.lnu@gmail.com

Теория и практика (что является особо важным) международных экономических отношений показывают: эффективность совместной деятельности предпринимательских структур разных стран во многом предопределяется таким междисциплинарным феноменом как национальные деловые культуры (НДК). Поэтому, в условиях нестабильности мировых товарных, финансовых и фондовых рынков, а также – целого ряда дополнительных институциональных, научно-технических и природоохранных аспектов, что наиболее отчетливо проявилось на фоне эпидемии COVID-19, существенно актуализируется проблема системных исследований НДК.

Данная проблема активно начала разрабатываться относительно недавно – в конце семидесятых – начале восьмидесятых годов прошлого столетия. У истоков ее анализа стоял известный ученый-практик из Нидерландов G. Hofstede [1]. Анализ и обобщение не столь многих работ по данной тематике в истории мировой экономической компаративистики дает основания отметить, что в рамках данных исследований будет правомерным выделить три направления: менеджерский (основатель – G. Hofstede [1]), коммуникативный (основатель – R. Lewis [2]) и маркетинговый (основатель – С. Paraille [3]). Однако, до настоящего времени отсутствует устойчивое категориальное определение соответствующей опорной дефиниции. Авторы исходят из такого ее понимания.

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

Основанный в 1980 г. G. Hofstede первый в мире научный центр по данной проблематике – Институт исследований кросс-культурного сотрудничества (the Institute for Research on Intercultural Cooperation – IRIC) на основе синтеза нескольких подходов обосновал параметры-характеристики НДК. Они включают такие: «Дистанция власти», «Индивидуализм», «Мужество», «Избегание неопределенности», «Долгосрочная ориентация», «Индюльгенция» [4]. Обычно, именно эти параметры на основе исследований IRIC и «Hofstede Insights» в современных условиях используются для анализа и оценки НДК тех или иных стран (или – групп определенных стран). На сегодняшний день «Hofstede Insights» – самая авторитетная организация в мире, которая осуществляет прикладные исследования НДК. Для этого используется методика, также впервые введенная G. Hofstede: оценка крайних показателей выделенных параметров от их низшего к высшему значению с количественным выражением по каждой стране (как правило – в пунктах (п.) от 0 до 100).

Параметр «Дистанция власти» позволяет охарактеризовать в тех или иных типах НДК отстранение менеджеров среднего и низшего уровней от принятия значимых управленческих решений. «Индивидуализм» – параметр, на основании которого классифицируется мера культивирования и распространения в НДК разных стран индивидуалистского подхода в создании бизнеса и его управлении. «Мужественность» показывает степень своеобразной героизации в разных НДК достижения предпринимательской карьеры. В странах с высоким уровнем мужественности конфликты в организациях, как правило, разрешаются через борьбу и конфликты, а не благодаря взаимным уступкам на основе учета интересов сторон (в том числе, – партнеров и контрагентов по бизнесу). «Избегание неопределенности» параметр, по которому определяются внутренне присущие свойства, характерные для бизнес-среды разных типов НДК, в стремлении управленцев избежать неопределенность как таковую. Параметр «Долговременная ориентация» показывает ориентированность управленцев концентрировать свои действия или в рамках краткосрочной перспектив, или – наоборот: ориентироваться на долгосрочную перспективу. По параметру «Индюльгенция» в экономической компаративистике понимается снисходительное отношение к абсолютизации в предпринимательстве рыночных «ценностей» эгоизма и прибыльности как таковых, а также – проигнорирования этих «ценностей» во все другие сферы жизнедеятельности общества [4].

Маркетинговый подход в современных условиях является наиболее обоснованным. Однако, при этом необходимо четко представлять следующее.

Первое. Маркетинговый подход в исследовании НДК не стоит рассматривать как отрицание менеджерского и коммуникативного: он синтезирует содержание первых двух исходных подходов.

Второе. Маркетинговый подход абсолютно несправедливо сводить к рыночным аспектам в понимании НДК тех или иных стран: он в современном социально-этичном содержании включает в себя всю совокупность институциональных факторов (истории, социологии, религии, культуры, национальных и ментальных составляющих и т. д.).

Исследования НДК в контексте вышеназванных методологических и научно-практических аспектов дает основания на европейском континенте выделить уникальную группу стран, обладающих редкими свойствами подобия и взаимодополнения: Беларусь, Польшу, Литву и Украину.

При всем уважении к авторитетным научным институтам IRIC и «Hofstede Insights», следует отметить, что они явно недооценивают не только такие черты, но и общий высокий потенциал выделенной группы стран. Прежде всего, это касается того, что пока еще по Республике Беларусь явно незаслуженно не проводятся отмеченные эмпирические исследования. Поэтому, можем привести только данные по Польша, Литве и Украине с комментариями на основе проведенных авторами предварительных эмпирических разработок (табл.).

Таблица – Показатели параметров национальных деловых культур Польши, Литвы и Украины*

Страны \ Параметры	«Дистанция власти»	«Индивидуализм»	«Мужество»	«Избегание неопределенности»	«Долгосрочная ориентация»	«Индулгенция»
Польша	68	60	64	93	38	29
Литва	42	60	19	65	82	16
Украина	92	25	27	95	86	14

*составлено на основе [4]

С учетом проведенных исследований [5] отметим главные, по нашим оценкам, характерные черты НДК Республики Беларусь: по «Дистанции власти» она занимает срединное положение между Литвой (42 п.) и Польшей (68 п.); по «Индивидуализму» она тяготеет к показателю Украины, то есть – является более коллективистской НДК (мы зафиксировали более высокий показатель, нежели указано в исследованиях «Hofstede Insights» – 25 п.); по «Мужественности» НДК, подобно Литве (19 п.) и Украине (27 п.) ориентирована на взаимные уступки и отсутствие конфронтационного подхода как такового; по «Избеганию неопределенности» Беларусь ближе к Литве (65 п.); по «Долговременной ориентации» Беларусь очень подобна Литве (82 п.) и Украине (86 п.); по «Индулгенции» – тоже редкостная близость Литве (16 п.) и Украине (14 п.)

Другими словами, предприятия Республики Беларусь – надежные долговременно-ориентированные и бесконфликтные участники возможных более глубоких и совершенных взаимоотношений бизнес-структур в рамках сотрудничества четырех стран. Такое сотрудничество не будет закрытым, на основе близости (подобия) и взаимодополнения НДК других стран Центральной и Восточной Европы, в контексте их общей истории, религии и ментальности, оно может стать мощным конкурентоспособным интеграционным центром бизнеса в освоении европейских и мировых рынков.

Список использованных источников:

1. Hofstede, G. Culture and management development / G. Hofstede. – Geneva: International Labour Office, Management Development Branch, Paper MAN, 1983. DEV/28.
2. Lewis, R. Cross Cultural Communication: A Visual Approach / R. Lewis. – Transcreen Publications, 2008. – 287 p.
3. Rapaille, C. 7 Secrets of Marketing in a Multi-Cultural World / C. Rapaille. – 2nd ed, Tupedo Production, 2004. – 318 p.
4. Hofstede Insights. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/poland,lithuania,ukraine/>.

5. Glinkowska-Krauze, B. Comparative studies of national business cultures in the countries of Central and Eastern Europe: the basics for Improving International entrepreneurship in Poland and Ukraine / B. Glinkowska-Krauze, Ie. Chebotarov, V. Chebotarov / Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe. – 2020. Vol. 23. – № 1. – P. 7-18.

УДК 366.1

ИРРАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Ю. В. Чеплянский

Полесский государственный университет, chaplianski@gmail.com

Современные исследования поведения потребителей показывают, что их деятельность не всегда обосновывается логикой и поддается прогнозированию. Это означает, что актуальным является изучение не только рационализма, но и иррационализма мышления – об этом свидетельствует вручение Нобелевской премии Ричарду Талеру в 2017 году за вклад в поведенческую экономику.

В психологии (результаты исследований которой могут служить базовой основой для поведенческой экономики) мышление человека рассматривается с двух позиций. Первой является сознание. Оно позволяет систематизировать представление об окружающем мире, установить взаимосвязи и дать объяснение явлениям и ощущениям. Второй является подсознание (в ряде теорий – бессознательное). Оно определяет мыслительную деятельность не связанную с работой сознания и проявляется в инстинктах, поведенческих автоматизмах, интуиции, вдохновении и др. Нельзя сказать, что сознание работает отдельно от подсознания, они проявляются совместно, что делает поведение человека многовариантным и не всегда объяснимым с позиции логики.

Становится принципиально важным разделить сознание и подсознание для того чтобы иметь возможность определить закономерности их функционирования и установить устойчивые зависимости и реакции на те или иные объекты. Исследования нейробиологов позволили прийти к выводу о том, что за сознание отвечают доли мозга и его кора, а за подсознание его лобная часть [1]. В 40-50-х годах 20 века для лечения психических больных применялся такой метод как лоботомия, который заключался в отделении связей между лобной частью мозга и остальной его части. Это приводило к тому, что у пациентов пропадало влияние эмоций на их поведение. И не смотря на то, что последствия данной медицинской операции признаны полностью не исследованными (от нее отказались из-за соображений не гуманности), можно сделать предположение, что сознание в наибольшей степени оказывает влияние на рационализм. В то время как иррационализм является следствием проявления подсознания и несет в себе эмоциональную составляющую.

Систематизация данных о проявлениях иррационализма является довольно сложной задачей. Это связано с тем, что потребители не всегда четко осознают причины принятия решений. А в силу ограниченности времени заменяют математическую логику другими приемами. Из наиболее очевидных к ним относятся: опыт, образное восприятие, интуиция, стереотипы, инстинкты.

В то же время работы Р. Талера и других ученых позволяют прийти к выводу, что в отношении иррационального мышления также можно выявлять определенные закономерности [2]. В частности, речь идет не о четком математически описанном влиянии факторов на результат потребления, а о типичных реакциях потребителя в ответ на определенные обстоятельства. Так, например, отношение к риску в процессе азартной игры меняется в зависимости от того что происходило накануне принятия решения. Предшествующий выигрыш обесценивает имеющуюся у игрока сумму денег (часть из них он считает условно не своим – деньгами казино), в то время как проигрыш воспринимается, как утрата стимулирующая желание вернуть предыдущее богатство. Подсознание по-разному обосновывает эффективность необходимых действий связанных с продолжением игры. При этом общая оценка вероятности выигрыша не изменяется и с рациональной точки зрения сам процесс игры также сохраняет свое положение. Это является уловкой казино, когда страсть к називе побеждает логику.

Учет влияния иррационализма потребителей позволяет расширить объяснение их поведения в процессе осуществления покупок товаров и услуг. Например, ситуация когда совершаются покупки значительно большего количества товаров продающихся со скидкой с позиции рационального потребления, как правило, объясняется действием эффектов дохода и замещения, когда предпочтение отдается относительно более дешевым товарам по сравнению с относительно более дорогими. Но это не объясняет то обстоятельство, что часть покупаемых товаров просто выбрасывает-