

УДК130.2:005.936.3
DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2019.175270>

Більченко Євгенія Віталіївна,
доктор культурології, доцент,
професор кафедри культурології
та інформаційних комунікацій
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
ORCID: 0000-0001-9662-0594

Калита Тетяна Вікторівна,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри культурології
та філософської антропології
Національного педагогічного університету
імені М.П. Драгоманова
ORCID: 0000-0003-4723-0236
t.v.kalita@gmail.com

Заряжко Тетяна Валеріївна,
асистент кафедри культурології
та філософської антропології
Національного педагогічного університету
імені М.П. Драгоманова
ORCID: 0000-0003-2929-8747
zaryazhko94@gmail.com

КУЛЬТУРОЛОГІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЯК СИМПТОМ ГЛОБАЛЬНОЇ ЛОКАЛЬНОСТІ

Метою роботи є розкриття культурологічних аспектів управління підприємствами на основі сучасної методології науки про культуру. **Методологія.** Автори, на основі сучасних концептуальних підходів культурології (некласична філософія культури, філософська і культурологічна герменевтика, семиотична школа), виокремлюють чотири модули фундаментальної культурології: історичний, семантичний, соціальний та психологічний, – предмети вивчення яких (ментальність, комунікації, семиозис та творчість), – у якості імпліцитних елементів входять до складу системи виробництва товарів і послуг, як традиційної, так і новітньої моделі менеджменту. **Наукова новизна** дослідження полягає у доведенні залежності управлінських дій суб'єктів глобальної економіки від локальних культурних умов (глокалізм як проект третьої хвилі), відповідно до школи «соціології, що розуміє» (герменевтики культури). **Висновки.** Таким чином, у проведеному дослідженні було зроблено спробу синтезу економічної теорії, теорії і практики менеджменту з культурологічними дисциплінами.

Ключові слова: системи менеджменту, третя хвиля, глокалізація, семантика культури, культурні патерни, етос, фундаментальна культурологія, люди часу, люди простору.

Більченко Євгенія Віталіївна, доктор культурології, професор кафедри культурології і філософської антропології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова; Калита Тетяна Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри культурології і філософської антропології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова; Заряжко Тетяна Валеріївна, асистент кафедри культурології і філософської антропології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

Культурологіческие аспекты управления предприятиями

Целью работы является раскрытие культурологических аспектов управления предприятиями на основе современной методологии науки о культуре. **Методология.** Авторы, на основе неклассических концептуальных подходов культурологии (философия культуры, философская герменевтика, семиотическая школа) выделяют четыре модуля фундаментальной культурологии: исторический, семантический, социальный и психологический, – предметы изучения которых (ментальность, коммуникации, семиозис и творчество), – в качестве импліцитных элементов входят в состав системы производства товаров и услуг, как традиционной, так и новой модели менеджмента. **Научная новизна** исследования заключается в доказательстве зависимости управленческих действий субъектов глобальной экономики от локальных культурных условий (глокализм как проект третьей волны), согласно школы «социологии, понимает» (герменевтики культуры). **Выводы.** Таким образом, в проведенном исследовании была предпринята попытка синтеза экономической теории, теории и практики менеджмента с культурологическими дисциплинами.

Ключевые слова: системы менеджмента, третья волна, глокализация, семантика культуры, культурные паттерны, этос, фундаментальная культурология, люди времени, люди пространства.

Bilchenko Ievgeniia, Doctor of Culturology, Associate Professor of the Department of Cultural Studies and Philosophical anthropology, National Pedagogical Dragomanov University; Kalyta Tetyana, Associate Professor of the Cultural Studies and Philosophical anthropology, National Pedagogical Dragomanov University; Zariyazhko Tetiana, Assistant of Department of Cultural Studies and Philosophical Anthropology, M.P. Dragomanov National Pedagogical University

Culturological aspects of enterprise management

The purpose of the article is dedicated to disclosure of cultural aspects of enterprise management on the basis of modern methodology of cultural science. **Methodology.** The author, based on non-classical conceptual approaches of culturology (philosophy of culture, philosophical hermeneutics, semiotic school), single out four modes of fundamental cultural studies: historical, semantic, social and psychological – whose subjects of studies (mentality, communication, semiosis and creativity) – as implicit elements are included in the system

of producing goods and services, both under traditional and the latest management model. **Scientific novelty** of the research according to the school of «understanding sociology» (cultural hermeneutics), the authors prove the dependence of managerial actions of subjects of the global economics on local cultural conditions (glocalism as a third wave project). **Conclusions.** In the conducted research an attempt was made to synthesize economic theory, theory and practice of management with cultural disciplines.

Key words: management systems, third wave, globalization, cultural semantics, cultural patterns, ethos, fundamental cultural studies, people of time, people of space.

Актуальність теми дослідження. Значущість обраної теми дослідження обумовлена взаємопов'язаними науково-теоретичним, соціокультурним, прикладним та історіографічним чинниками. *Науково-теоретичний чинник* актуальності пов'язаний із підвищенням ролі і значення міждисциплінарних проектів, спрямованих на забезпечення діалогу гуманітаристики та позитивізму, точних наук – та наук про дух. Зокрема, мова йде про розширення предметного поля культурології, до складу якої, окрім традиційно прийнятих у вітчизняному дискурсі філософської (філософія культури, філологія) та соціальної (соціологія культури, культурна та соціальна антропологія) складових, визначених у класичній матриці науки про культуру ще її фундаторами Е. Маркаряном та М. Бахтіним, починають активно входити економічні, політичні, маркетингові, медійні та інші стратегії, що у цілому відповідає сучасному стану cultural studies та cultural analysis у європейських країнах. Взаємодія традиційного предметного поля філософсько-культурологічної науки з економікою, менеджментом та маркетингом виявляється, зокрема, у формуванні таких напрямів як: психологічна та символічна антропологія (Р. Бенедикт, К. Гірц); теорія третьої хвилі (Д. Белл, Е. Тоффлер, Д. Гелбрейт); теорії «етичної економіки» та «суспільства переживання» (Г. Шульце, П. Козловські); філософія і теорія медіа та кіберпростору (М. Маклюен, Л. Манович, Р. Бартл, Дж. Гаета); критична теорія, або «герменевтика підозри» (С. Жижек, Л. Альтюсер); доктрина глобалістичного шоку, філософія символічного обміну, капіталізму катастроф, брендингу та реклами (У. Бек, З. Бауман, Ж. Бодрійяр, Н. Кляйн), концепція постіндустріалізації (Я. Рабкін) тощо. Культурологічний потенціал менеджменту підприємств передбачає застосування теоретичних знань архетипів культури, культурних патернів, ментальності та картини світу у проектуванні та прогнозуванні управлінських рішень.

Соціокультурний чинник актуальності культурологізації концепції менеджменту підприємств пов'язаний із прикордонним станом сучасного глобального суспільства, що в особі країн з так званим «світовим багатством» (термін Е. Тоффлера) [1] переходить від третьої хвилі (інформаційного етапу) до четвертої хвилі (так званий «альтермодерн», або «модерн для Іншого» за Н. Бурріо) [2], особливості якої на сьогодні залишаються невизначені. Очевидно одне: якщо у третій хвилі на ґрунті меритократії відбулася остаточна інституалізація прошарку «білих комірців» (менеджерів), що почали домінувати над синіми («робітниками») на ґрунті розвитку індустрії знань та інтелектуальних технологій, то нині спостерігається зростаюча поляризація у їх взаємних стосунках, пов'язана із розривом «шлюбу» між капіталом і працею й утворенням двох категорій суб'єктів в архітектоніці виробничого спілкування: екстериторіальних та номадичних «людей часу» (власники капіталу, підприємці, менеджери, «білі комірці») та територіально залежних локальних «людей простору» (робоча сила, «сині комірці», носії ресурсу). Базовий (реальний) конфлікт може стилізуватися під етнокультурні та будь-які інші уявні та символічні відмінності, але зустрічний рух капіталу і робочої сили між багатими і бідними країнами через брак управління і хиткість ролі держави як, з одного боку, чинника розвитку вільного ринку, а, з іншого боку, мало рухомого інституту «другої хвилі», тільки підкреслює обопільне соціальне напруження та асиметричну кредитну залежність.

Якщо у третій хвилі відбувається прискорена персоналізація праці на ґрунті стихійного та «шокового» розвитку вільного ринку, то четверта хвиля вимагає цілеспрямованої дії транснаціональних та трансрегіональних акторів, здатних до розумного регулювання і стримування вільного ринку через соціокультурні стратегії. Звідси – поява і поширення таких проектів як: глокалізм (інші назви: «реформаторство», «скептицизм», «трансформізм», «альтерглобалізм») Р. Робертсона та інших (концепт взаємодії глобального і локального через пристосування глобального до локальних умов культури); східний (переважно японський) «консервуючий» менеджмент, що протиставляє транснаціональному капіталу активність локальних економічних, політичних та культурних еліт («докука» - японський вираз президента фірми «Sony» економіста та культуролога А. Моріта – «жити на своїй землі»). Якщо постмодерн ґрунтувався на шоківій терапії капіталізму катастроф, то альтермодерн вимагає певної соціальної «анестезії» та культурологічної корекції шоку у формі новітнього управління стихійними економічними та символічними відносинами, як на вертикальному (єтатичний), так і на горизонтальному (кластерний) рівні.

Прикладний чинник актуальності продиктований специфікою менеджерської діяльності на макрорівні, на рівні культурного життя. На сьогодні тема управління підприємствами є широко розглянутою, особливо у виробничій сфері. Системи управління починають концентруватися на якості управління, що адаптується до конкретних культурних умов, підкреслюючи взаємозв'язок між Символічним і Реальним, між цінностями культури та економічними діями, надбудовою та базисом. Особливість системи TotalQualityManagement полягає в тому, що її запровадження потребує зміни філософії управління підприємством у дусі аксіології М. Вебера. Остання тісно пов'язана з загальними культурологічними проблемами, теорією культури та культурним психоаналізом, етнологією, етнографією та етнопсихолінгвістикою. Недарма усе більше в теорії управління використовуються веберівські за змістом здобутки школи символічного інтеракціонізму, яка передбачає використання соціометрії як методу виміри «психодрами» стосунків у колективі (Я. Морено). Психодрама передбачає діалог-конфлікт культурних смислів у процесі формально-організаційних стосунків

між людьми: якщо стосунки відбуваються на уявних рівнях статусів і ролей, то смисли занурені у травматичні глибини позасвідомого та виявляються виключно та культурологічними (герменевтичними) психоаналітичними методиками.

Щодо *історіографії* проблеми, то тут зазначимо, що взаємозв'язок культурології та економіки в розрізі управління, починаючи з другої половини ХХ століття і до наших днів, активно досліджується соціологами, економістами та філософами. Так, Д. Гелбрейт стверджував, що мотивація великих корпорацій залежить від впливу «техноструктури», або відомчого управління, і такі корпорації керуються бажанням безпеки та розширення, а не прагнуть отримати максимальний прибуток. В книзі «Економічна теорія та цілі суспільства» він увів категорію «*самоексплуатація*» – діяльність роботодавця, або того, хто працює у своїй фірмі у якості підприємця. В своїй останній книзі «Економіка невинного обману» видатний соціолог та економіст висловив сумнів у тому, що акціонери та директори реально грають помітну роль в управлінні сучасною компанією [3, 26].

Таблиця 1

Чинники, що обумовлюють дослідження культурологічного потенціалу в менеджменті

	Чинники:	Культурологічний потенціал в менеджменті:
1	Науково-теоретичний	Застосування теоретичних знань з архетипів культури, культурних патернів, ментальності та картини світу у проектуванні та прогнозуванні управлінських рішень.
2	Соціокультурний	Новітнє управління стихійними економічними та символічними відносинами, як на вертикальному, так (і особливо) на горизонтальному рівні.
3	Прикладний	Діалог-конфлікт культурних смислів у процесі формально-організаційних стосунків між людьми
4	Історіографічний	Розгляд динаміки змін та впливів взаємозв'язків, що досліджується соціологами, економістами та філософами

Утім, критичний аналіз наукових праць з окресленої проблематики виявив недостатнє висвітлення питань культурологічних аспектів управління підприємством. Звідси – окреслена нами значущість «культурологізації» соціально-економічної проблематики, або введення останньої в предметне поле науки про культуру.

Метою нашого дослідження є *теоретичний аналіз культурологічних аспектів управління підприємствами у філософсько-світоглядному, структурно-функціональному та психоаналітичному аспектах*. Потребують вивчення культурно-архетипні основи закономірностей розвитку економічних явищ, механізми впливу патернів, еталонів та стереотипів (кенотипів) на господарчу та менеджерську поведінку окремих соціальних груп, що у цілому відповідає соціальній філософії веберизму («філософії, що розуміє») з притаманним для неї утвердженням залежності економічної поведінки колективних та індивідуальних суб'єктів від цінностей культури.

Виклад результатів дослідження. Під час створення системи управління підприємства основною має бути мета організаційного об'єднання всіх управлінських функцій, від реалізації яких залежить забезпечення та підвищення якості всіх процесів управління. У рамках структур такого типу координуються всі роботи, пов'язані з дослідженнями, розробками й освоєнням нової продукції, підвищенням продуктивності праці, ефективності виробництва та якості продукції (послуг). Така узгодженість сприяє створенню організаційних умов для об'єднання зусиль усього персоналу, спрямованих на підвищення економічних і виробничих показників діяльності всієї компанії.

Інтеграція функцій, відповідно до закономірностей суспільства «третьої хвилі», не може не включати у себе одночасну диверсифікацію, тобто розподіл функцій за спеціалізаціями. Диверсифікація, ґрунтована на плюральності та релятивності, може призвести до розсіювання цілісності управлінської структури (так званої «фрагмеграції»), але цього не відбувається за рахунок синтезу установок на єдність та багатоманітність через своєрідну філософію Третього – корпоративного символу управління та виробництва, фіксованого в економіці переживання та символічного обміну як «бренд». «Бренд», таким чином, постає не просто як пустий знак (симулятор) престижу та соціального означування, а як спільний культурний орієнтир у моделюванні хартії (системи цінностей) фірми чи підприємства.

Кількісною характеристикою менеджменту є ефективність системи менеджменту – показник, що характеризує співвідношення витрат на здійснення управлінських функцій і результатів діяльності організації. Тому, загальною характеристикою якості управління є ефективність управління. Зіставлення досягнутих підприємством результатів (у вартісному еквіваленті) до величини управлінських зусиль і

впливів є фактичним показником оцінки якості управління підприємством. В той же час, управлінські зусилля та впливи, як правило, вираженні через розмір витрат на управління, або через вартісну оцінку управлінської дії.

На відміну від підходів до управління підприємством, які ґрунтуються на стандартизації, сучасні системи управління є дуже гнучкими та «м'якими», у них фактично відсутні цілком обов'язкові елементи чи вимоги. Здатність до утворення пластичних конфігурацій на основі взаємних трансформацій та дифузій є в цілому ознакою того, що З. Бауман назвав «liquid modernity», - «рідинна» («сіамська», або «гібридна») природа сучасних соціокультурних процесів, що взаємно проникають, перетинаються, сходяться і розходяться, ковзаючи ризомою машини бажань, транскультури та трансестетики, змішуючи чуттєве, політичне, символічне, економічне [4]. Якщо культура стає транскультурою, царством світового номадизму, то економіка стає трансекономією (Ж. Бодрійяр). Навіть сама відмінність між виробником (producer) та споживачем (consumer) за умов присутності на постмодерному ринку волонтерської праці й хендмейду є вельми умовною (економічна модель покоління нульових – prosumer).

Сама стратегія менеджменту може класифікуватися на дві умовні групи: *класичну, модерну, екстравертну*, що у дусі раціоналістичного капіталізму зорієнтована на чітку структурну і послідовну відповідь на зовнішній попит ринку, який вона задовольняє товарами, та *некласичну, постмодерну, інтровертну*, що, задіюючи інтуїцію та креативність (смайт-стратегії), формує через рекламу й брендинг символічний попит ринку та уявні образи і стилі майбутньої цільової аудиторії, підключаючись тим самим до «машини бажань» з її творчими, шизоїдними та ризомними рисами. Модерна стратегія містить мінімум ризику, але й мінімум швидкого прибутку, у той час, як посмодерн «грає» великими доходами майже всліпу, з колосальним фактором ризику, який вираховується приблизно на основі знань з культури, психоаналізу, етосу і звичаїв. Гнучкість новітньої стратегії втілюється у способі життя «хіпстерів» від капіталізму, що були колишніми представниками відносно бідних урбаністичних культурних еліт («екс-хакери»), а тому не втратили ні зв'язку з культурою, ні притаманої для маргіналів «несолідності», ні властивої фрілансерам схильності до безперервної дистанційної праці.

Це унеможлиблює чітку діагностику кордонів робочого та вільного часопростору, локалізація якого поступається місцем суцільному ефекту «захоплення» суб'єктом приватного сектору свого буття як публічного, перетіканню особистого часу у зайнятість, керовану самостійно та відповідно до поточних умов і потреб. TotalQualityManagement часто розглядають як загальну філософію управління, яка визначає лише базові ідеї та концепції, залишаючи підприємствам свободу вибору тих чи інших шляхів їх реалізації, відповідно до локальних умов, що відповідає теорії глокалізації. Тому перелік існуючих систем управління (концепцій) не є постійним і вичерпним, не передбачає бінарної відповідності «концепція-галузь», варіюючи бачення та цінності відповідно до культурного контексту.

Отже, ефективність менеджменту є одним з показників оцінки якості управління підприємством, а побудова структури системи якості управління підприємством має забезпечити якість всіх (виробничих, технологічних, управлінських, фінансових тощо) процесів на підприємстві, завдяки чому здійснюється досягнення цілей, сформульованих перед управліннями. Відповідно до мети дослідження, розглянемо основні елементи систем управління та накладемо на них культурні особливості, етичні норми та певні моральні обов'язки, як по відношенню до суспільства взагалі, так і по відношенню до підприємства зокрема.

Оскільки система управління підприємством виступає комплекс організаційно-економічних стандартів підприємства, які складають нормативно-технічну основу більшості систем управління, то будь-яка система управління регулює процеси за допомогою механізмів. Систему управління підприємства запускає господарський механізм – тим, що забезпечує ефективні результати виробничо-фінансової діяльності підприємства. Господарський механізм містить сукупність організаційної структури, форм і методів системи управління, а також правових процесів, за допомогою яких реалізуються діяльності підприємства. Таким чином, господарський механізм можна розглядати як сукупність окремих механізмів, кожен із яких містить відповідні культурні особливості, пов'язані із способом репрезентації традиції на трьох рівнях: на макрорівні нації або держави; на мезорівні регіону або локусу; на мікрорівні суб'єкта як носія культури та семантики його повсякдення.

Особливе значення має також символічне оснащення управлінського механізму, його дискурс або ж «мова» (у широкому семіотичному значенні слова «мова») як попередній порядок інтерпретації, що визначає хід взаємодії суб'єктів управлінського процесу. Культура входить до складу кожного сектору управління як його внутрішній ціннісно-смысловий елемент, що виявляється в спеціалізованих чи буденних формах, формах кумулятивних чи трансляційних, традиційних та інноваційних.

Метою функціонування системи управління є розробка і реалізація управлінських впливів чи рішень для формування необхідної поведінки

– здатність д

Основні підходи до управління в економіці розділяють на традиційні та сучасні [5]. Традиційні підходи в сучасному управлінні (узагальнення практичного досвіду; емпіричний, на основі конкретних ситуацій; людської поведінки) є основою для подальшого теоретичного аналізу, а сучасні ефективно

спрямовані підходи дозволяють визначити методологічні прийоми, за допомогою яких розробляються методи активної дії на об'єкт управління.

Якщо ж говорити про культурологічні аспекти, то вони притаманні і традиційному, й інноваційному підходам до управління. Так, традиційний менеджмент акумулює і транслює історично сформовані закономірності культурних явищ, еталони, стереотипи, а сучасна модель управління звернена до психології творчості та креативності. Соціальні ж та семіотичні елементи культури притаманні обом підходам. Щоб зрозуміти класифікацію культурних елементів менеджменту, розглянемо таблицю 2, де подано складові фундаментальної культурології на основі узагальнення низки теоретичних джерел з метадисциплінарних студій культури [6].

Таблиця 2

Модуси культурних складових в управлінні підприємствами

	Чинники	Специфіка в управлінні підприємств
1	Соціокультурний (культура в суспільстві)	1. Розгляд співробітників з урахуванням поділу на мікрогрупи, що утворюють різні субкультури. 2. Урахування співіснування у підпорядкуваннях по вертикалі симбіозу націй, регіонів та локацій, кожен з яких відрізняється своїми культурними особливостями, ціннісними перевагами, смаками, стилем та способами життя
2	Психічний (людина як носій культури)	Урахування різних видів взаємодії та реалізації працівників, що призводять до різних управлінських наслідків: 1) Особистість як носій культури. 2) Групова взаємодія та соціальне відтворення особистості. 3) Комплекс стабільних соціокультурних стереотипів. 4) Аналіз творчої діяльності людини (новації в культурі).
3	Семіотичний (знакова та комунікативна функції культури)	Врахування різних видів прояву та спілкування працівників, що призводять до різних управлінських наслідків: 1) Типологія знаків у семіосфері. 2) Системи інформаційного обміну та соціальної самоідентифікації. 3) Культурні форми як ознаки.
4	Історичний (розуміння культури)	Аналіз динаміки змін та впливів взаємозв'язків різних наук: - трактування поняття «культура»; - культура як норма у прийнятті рішення.

Як бачимо, соціальні, історичні, психічні, семантичні модуси буття культури формують відповідні культурологічні аспекти управління, на яке впливають:

- факти культури, що формують загальну систему культурних феноменів;
- способи реалізації та освоєння культурних феноменів;
- динаміка взаємозв'язку культурних систем;
- зв'язок між елементами культури;
- норми, цінності, типи культур, культурні коди.

Система управління, розглядаючи окремо кожен зі складових фундаментальної культурології, накладає створену на підприємстві культуру відповідно до поділу на групи (мікрогрупи) з урахуванням психології групової взаємодії та соціального відтворення особистості. Культурологічні аспекти в системі управління підприємством формують та у свою чергу потрапляють під вплив спілкування та взаємодії людей у суспільстві за рахунок механізмів соціалізації, інкультурації та соціокультурної самоідентифікації особистості.

Сучасні, ефективно спрямовані підходи, є фактично культурологічними методологіями корпоративного менеджменту, тобто вони, окрім того, що є системами управління, ще й містять в своїй основі філософію культуротворення. Приймаючи до уваги сучасну тріадичну типологію культури В. Подороги (культура виробництва, пам'яті та розваги, чи забуття) [7], можна сказати, що сучасний менеджмент містить усі три її складові.

Розглядаючи систему управління підприємством в сучасних умовах, постає окреме питання формування культурних аспектів впливів на процеси управління. Розподіливши складові фундаментальної культурології, можна виокремити різні рівні впливу культури. Формування субкультур в межах виробництва може бути як на рівні структурних підрозділів так і на рівні певних інтересів. Урахування

комунікативних зв'язків, які є предметом вивчення соціальної культурології, дозволяють впливати на управлінські рішення задля покращення ефективності управління системою, до складу якої включається також аксіологічна, етична, діалогічна складова, що зрештою сприяє «екологізації» сучасної економіки.

Важливим є урахування психології культури відповідно до усіх чотирьох рівнів. Стереотипи, шаблони мислення не є прийнятними для більшості ситуацій під час прийняття рішень, але творча діяльність людини у нестандартних ситуаціях має бути задіяна виважено. Урахування можливостей рівнів психології культури дозволяє мати стабільні рішення, притримувати баланс взаємодії та соціального відтворення в межах управління, забезпечує управління відповідним арсеналом символічного запасу значень.

Культурні феномени, усвідомлені як тексти, транслиують соціально значущу інформацію. Комунікативна форма культури на підприємствах являє собою документообіг, листування та інші види письмової взаємодії. Використання декількох мов, або формальних підходів, до ведення організаційного процесу і розглядається культурно семантикою. Семантичний порядок в культурі, динаміка процесів соціальної комунікації, типологія семантичних об'єктів є необхідними для визначення та дослідження загальної системи управління підприємством, робота якого залежить від психотипу, етосу та ментальності, притаманних даній культурній традиції та виражених у відповідних знакових репрезентаціях.

Висновки. Таким чином, у проведеному дослідженні було зроблено спробу синтезу економічної теорії, теорії і практики менеджменту з культурологічними дисциплінами. Основною задачею міждисциплінарного проекту стало обґрунтування залежності управлінських рішень суб'єктів економічної діяльності від культурних умов, архетипів, етосу, ментальності та символічних механізмів комунікації, прийнятих у даному суспільстві. Накладаючи матрицю фундаментальної культурології на теорію менеджменту, нам вдалося виділити модули його культурних складових: соціокультурний, семіотичний, психічний та історичний, – що присутні у структурі управління на макрорівні держави, мезорівні регіону та мікрорівні локусу. Культурологічні аспекти є необхідними на різних рівнях управління підприємствами. Їх урахування дозволить покращити взаємодію працівників, підвищити ефективність управління, переглянути загальну філософію управління з урахуванням культури з метою покращення показника співвідношення витрат на здійснення управлінських функцій і результатів діяльності організації.

Література

1. Toffler, A. Global Gladiators Challenge the Power of Nations / Alvin Toffler, Heidi Toffler // *New Perspectives Quarterly*. 2000. № 17. P. 26–27. DOI: 10.1111/0893-7850.00233
2. Bourriaud N. The Radicant // *Tate Britain*, 3 februari t/m 26 april. - Sternberg Press, 2009 URL: www.metropolism.org/magazine/2009-no1/een-archipel-van-lokale-reacties/
3. Гелбрейт Дж. К. Экономика невинного обмана: правда нашего времени; пер. с англ. И. Нораева. М.: Издательство "Европа", 2009. 88 с.
4. Bauman Z. Modernity and Clarity // Luthe H.O., Wiedenmann R.E. (eds) *Ambivalenz*. – VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1997. DOI: 10.1007/978-3-322-91433-0_5
5. Беляев О.О., Бобело А.С. Політична економія. Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2001. 328 с.
6. Резник Ю.М. К проблеме предметного пространства и научного статуса культурологии // *Фундаментальные проблемы культурологии: в 4 томах. – Том 1. Теория культуры*. СПб.: Алетейя, 2008. С. 5-16.
7. Подорога В. Гибель Twinpeaks (заметки по поводу события) // *Отечественные записки*. 2001. № 1 URL: <http://www.strana-oz.ru/2001/1/gibel-twinpeaks>

References

1. Toffler, A. (2000). *Global Gladiators Challenge the Power of Nations*. Alvin Toffler, Heidi Toffler. *New Perspectives Quarterly* [in English].
2. Bourriaud, N. (2009). *The Radicant*, Tate Britain, 3 Februari t/m 26 April [in English].
3. Galbraith, J. K. (2004). *The Economics of Innocent Fraud*. Boston, MA: Houghton Mifflin [in English].
4. Bauman, Z. (1997). *Modernity and Clarity* In: Luthe H.O., Wiedenmann R.E. (eds) *Ambivalenz* [in English].
5. Beliaiev, A.A., Bobelo A.S. (2001). *Political Economy, Study Guide*. Kiev: KNEU [in Ukrainian].
6. Reznik, Yu. (2008). *To the problem of the subject space and the scientific status of cultural studies*. St. Petersburg [in Russian].
7. Podoroga, V. (2001). *The Death of Twinpeaks (notes on the event)*. Valery Podoroga. *Domestic Notes*. Moscow [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 15.01.2019р.