

Список використаних джерел

1. Бойко А. М. Інтегрований курс теорії та історії педагогіки: індивідуальні тьюторські завдання для студ. II-V курсів: навч.-метод. посіб. Полтава, 2007. 358 с.
2. Броварська О. А. Роль тьюторства у організації освітнього процесу ВНЗ в умовах сучасного інформаційного суспільства: переваги та проблеми. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. № (1) 15. С. 16–19.
3. Волобуєва Т. Рольові вектори сучасного педагога. *Управління освітою*. Київ: Шкільний світ, 2011. №11. С. 12–16.
4. Лукіна Т. О. Тьютор. *Енциклопедія освіти* / гол. ред. В. Г. Кремінь. К., 2008. С. 924.
5. Неборачко О. В. Позиція тьютора в сучасній системі освіти. *КВНЗ «Запорізький педагогічний коледж»*. Запоріжжя, 2018. URL: <http://intkonf.org/neborachko-o-v-pozitsiya-tyutora-v-suchasniy-sistemi-osviti/>
6. Осадча К. П. Теоретико-методологічні засади професійної підготовки майбутніх учителів до тьюторської діяльності: автореферат дис... на здобуття наукового ступеня доктора педагогічних наук. Запоріжжя, 2020. 43 с.
7. Перевозна Т. О. До вивчення психологічних складових тьюторської моделі освіти у вищій школі. *Вісник Харківського національного університету*. Харків. 2014. №1095. С. 39–41. URL: file:///C:/Users/Elena/Downloads/VKhIPC_2014_1095_53_9.pdf

Ільчишин А.

студент V курсу

юридичного факультету

Тернопільського національного

економічного університету

Науковий керівник: д.і.н., професор,

завідувач кафедри інформаційної

та соціокультурної діяльності ТНЕУ

Гомотюк О.Є

НАЦІОНАЛЬНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ (НА ПРИКЛАДІ ЯПОНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ)

Корпоративна культура ґрунтується на основі цінностей, які притаманні національній культурі як їхня комбінація. Дуже рідко вдається створити корпоративну культуру, яка суттєво відрізняється від національної. Своє власне обличчя корпоративна культура набуває не скільки як система цінностей, стільки як управлінське середовище, причому це середовище створене цілеспрямовано певними особами, з набором певних і зрозумілих для них цінностей. Корпоративна культура створюється у єдності та під впливом прийнятої в організації системи управління як сукупність патернів виробничих практик і внутрішньоорганізаційних відносин. Серед сучасних наукових студій варто виокремити міждисциплінарні дослідження культури та економіки, специфіки корпоративної культури окремих країн, впливу національної культури на управління [1].

Метою роботи є визначити роль національної культури у формуванні моделі управління у Японії. Об'єктом даної розвідки є японська модель корпоративного управління. Предметом - соціокультурні чинники, що впливають на японську модель корпоративного управління.

Сучасні дослідники І. Отенко, М. Чепелюк фокусують увагу на класифікації країн за групами національних культур. Вказуючи, що це може «бути корисно менеджерам, котрим необхідно визначити ступінь необхідної культурної адаптації під час переїзду до країни з іншою культурою. У процес спілкування з колегами із країни, яка належить до країн з однієї групи, менеджер може розраховувати на відносну схожість цінностей і легку адаптацію. Переїзд до країни, яка входить до іншої групи, може бути більш складним через значну різницю в цінностях»

[2]. Цілком підтримуючи думку науковців, відзначимо, що дуже важливим є розуміння специфіки культурних особливостей таких країн як Японія, Ізраїль, Індія, Бразилія, оскільки вони не належать до жодної із груп корпоративних та ділових культур та є незалежними.

Термін «культура» серед багатьох визначень означає сукупність цінностей, міфів, символів, історії артефактів, які є спільними для членів організації. А також означає спільність базових цінностей, що існують усередині суспільства [3].

Японська ділова культура є однією з найцікавіших з точки зору міжнародного бізнесу і економіки. Японія є прикладом країни з багатовіковими традиціями, та найновітнішими технологіями. Японський менеджмент за своїм духом, культурою управління і нормами ведення бізнесу кардинально відрізняється від звичного для країн західної культури стилю управління. Безпрецедентні успіхи японських корпорацій на світовому ринку, їх феноменальна конкурентоспроможність, динамічне і стабільне зростання японської економіки - усе це зробило японський менеджмент легендою міжнародного бізнесу. Японська модель корпоративного управління, увесь час залишаючись у рамках раціональної, «ринкової» поведінки, у той же час мала і має яскраво виражене національне забарвлення і глибокі етнопсихологічні та культурно-історичні традиції.

Маємо підкреслити, що карколомний розвиток Японії ґрунтується не лише на великомасштабному освоєнні технологічних досягнень, що були імпортовані із США та країн Заходу, але і на послідовній програмі поліпшення якості зроблених товарів, яка поширилася в усіх сферах японської економіки. Використовуючи ці принципи, Японія добилася виняткового рівня гнучкості виробництва, при цьому якість продукції японських корпорацій відома у всьому світі. На перше місце в японській моделі управління виробництвом поставлено комплекс особливостей, принципів та ідей, згодом названий філософією Кайдзен. Ідеологія Кайдзен є центральною концепцією японського управління виробництвом, секретом японської високої конкурентоспроможності на світовому ринку. У перекладі з японського Кайдзен означає постійне поліпшення виробничих процесів, початкової розробки, бізнес-процесів, тактик управління, а також безліч інших аспектів управління. Кайдзен - це послідовний безперервний процес поліпшення усіх аспектів бізнесу, в який залучені усі співробітники підприємства, починаючи від вищих менеджерів, менеджерів середньої ланки і простих робітників. Будь-яка японська компанія прагне розвивати у своїх співробітників філософію Кайдзен - стиль мислення, спрямований на позитивні зміни кожного співробітника та як частини корпорації.

Підкреслимо, що саме у філософії Кайдзен чітко простежуються відмінності між традиційним західним і японським підходами до ведення бізнесу. Сьогодні робота підприємства в стилі Кайдзен має на меті своєрідний спосіб життя компанії, певний стиль ведення бізнесу. Японський стиль ведення бізнесу спрямований на сам процес поліпшення численних бізнес-процесів в довгостроковій перспективі, а не на конкретні результати в короткостроковій.

Завдяки використанню принципів філософії Кайдзен японські корпорації з успіхом виробляють, розробляють, і вигідно реалізують готову продукцію по всьому світу. В основі стратегії лежить усвідомлення того, що якщо компанія прагне досягти успіху і залишитися у бізнесі, а також отримувати прибуток, менеджмент фірми повинен докладати зусиль для задоволення і обслуговування інтересів та потреб своїх споживачів. У сучасному світі, в умовах жорстокої конкуренції на ринку, будь-яке зволікання в освоєнні новітніх технологій коштує дуже дорого, а освоєння новітніх стратегій менеджменту є не менш затратно. Стратегія Кайдзен орієнтована в першу чергу на споживачів, на задоволення всезростаючих потреб і запитів щодо якості і ціни [4].

Специфічною рисою бізнесу в стилі Кайдзен є особлива система управління усіма етапами діяльності фірми. Ця система всіляко підтримує прагнення працівників компанії до власної досконалості на робочому місці, помічаючи їхні здібності і зусилля в цьому напрямі. Це істотно відрізняє усю систему управління від західних управлінських стратегій, в яких співробітників можуть заохотити і винагородити виключно за кінцеві фінальні результати, незважаючи на витрачені зусилля у досягненні досконалості.

На відміну від передових американських і західноєвропейських компаній, де все працює на результат, а не на безперервне вдосконалення, і де устаткування і техніка виробництва продукції

на підприємствах може не змінюватися десятки років, а в японській компанії абсолютно неможливо уявити собі, щоб за декілька разів у рік у виробництві нічого не змінилося. Попри те, що на заході існує величезна кількість сучасних підприємств і сконцентровано передові ідеї та розробки, там є безліч підприємств, які практично не змінюються на постійній основі. Для японських компаній постійні зміни є, передусім, своєрідним стилем життя. Йдеться не про стрибкоподібні зміни, а постійне удосконалення на шляху до безмежного удосконалення [5].

Отже, особливістю корпоративної культури, стилю управління у японському бізнесі є філософія Кайдзен, що передбачає поліпшення на усіх рівнях організаційної структури підприємства. Саме японський національний характер вирізняється своїм постійним прагненням до досягнення досконалості. Без такого постійного руху компанії не змогли б вижити після поразки у Другій світовій війні, тому стратегія Кайдзен перетворилася в унікальний національний спосіб життя нації. На наш погляд, цей досвід був би корисним для українського підприємництва, оскільки кожен співробітник несе відповідальність за виготовлений продукт. Цей досвід зміг би подолати традиційну тенденцію індивідуалізму, забезпечити зміну орієнтації виробництва з результату на процес.

Список використаних джерел

1. Лігоненко Л. О. Підприємництво і бізнес-культура: підручник / Л.О. Лігоненко, Г.Л. Піратовський, І.В. Молоштан та ін.; за заг. ред. Л.О.Лігоненко – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2011. – 508 с.
2. Отенко І.П. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти: монографія [Електронний ресурс] / І.П.Отенко, М.І.Чепелюк.–Харків : ХНЕУ ім.С. Кузнеця, 2018. –243с
3. Палеха Ю. Ключі до успіху, або організаційна та управлінська культури: монографія / Юрій Палеха,; ЄУФІМБ. -К.: Вид-во Європейського ун-ту фінанас., інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2000. -209 с.
4. Имаи М. Кайдзен: Ключ к успеху японских компаний / Масаки Имаи; пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 276 с.
5. Лазоренко Т.В., Тимошук С.П. KAIZEN: Японська стратегія успішного бізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/12/68.pdf>

Підгурська М.

*ст. викладач кафедри психології
та соціальної роботи
Тернопільського національного
економічного університету;*

Калинюк М.

*студент I курсу групи СРМ-11
юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету*

МІСЦЕВЕ СПІВТОВАРИСТВО ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ І ПРАКТИЧНА СФЕРА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

XXI століття знаменує стійке збільшення масштабів застосування соціальних технологій, що супроводжується підвищенням значущості людського чинника. Найпрогресивніша сучасна модель держави – це соціальна держава, яка бере на себе за умов ринку зобов'язання по встановленню паритетів інтересів різних соціальних суб'єктів. Соціальна держава сприяє становленню нових форм різних соціальних інститутів, структур і співтовариств. В даний час значної актуальності набувають дослідження особливостей таких трансформацій в процесі освоєння і упровадження технологій соціальної роботи за місцем проживання.