

УДК 005

**КРОСКУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**

Іван Попко

студент

Науковий керівник: **Вікторія Ільченко**

канд. екон. наук, доцент

кафедри підприємництва та

економіки підприємства

Університет митної справи та фінансів

Україна обрала за пріоритетний курс інтеграції до світового, зокрема європейського товариства, та отримання статусу кандидата на членство в ЄС задля забезпечення сталого всебічного розвитку економіки та національного господарства. Отже вкрай важливим стало завдання розширити міжнародну економічну діяльність країни. Побудова та впровадження стратегічних планів, які полягають в переорієнтації на ринки Європейського Союзу, потребують уваги не тільки до діяльності промислового і товарного виробництва, питань соціальної сфери, законодавства та інфраструктури. За цих обставин на розгляд виносять додатково питання особливостей управління об'єктами національного господарства саме як інструменту для ухвалення та впровадження ефективних рішень. Дуже важливого значення набуває оцінювання та врахування різноманітних національних культур, зокрема країн ЄС та України, та ефективне управління ними в мультикультурному середовищі.

Низку праць українських та іноземних учених, які зосередились на аналізі та детальному вивченні національних форм менеджменту та управління в умовах кроскультурної взаємодії, присвячено саме вивченню питання кроскультурного менеджменту. Метою дослідження є знаходження та аналіз моделі управлінської поведінки українських підприємств. Цей процес є необхідним задля отримання стовідсотково конкурентних переваг та гарантій якості на міжнародних ринках в умовах орієнтації на впровадження кроскультурного менеджменту. Саме істотні труднощі в реалізації намірів

корпоративного та загальноекономічного сектору з традиційними партнерами та новими з країн-членів, стали причиною спаду ділової активності в передвоєнні роки між Україною та ЄС. Отже, повноцінній та ефективній діяльності українських корпорацій на ринку Європейського Союзу перешкоджає складний комплекс не надто позитивних чинників структурно-економічного та торгово-політичного сектору, причиною якого є труднощі у діяльності міжнародної конкурентоспроможності українських компаній.

Вихід за національні межі українських підприємств та компаній, що зумовлює потребу вдосконалення та глобального розширення внутрішнього середовища організації, залучаючи до процесу її функціонування та управління персонал із різними культурними світоглядами, – саме такий процес передбачає успішне функціонування представників українського бізнесу в умовах глобалізації. До того ж, впливаючи на ефективність діяльності будь-якої компанії та на особливості управлінської стратегії, культурні відмінності починають працювати та, відповідно, відігравати в ній головну роль. За умови співпраці українських організацій з організаціями ЄС навіть під час воєнного стану найважливішою умовою є врахування всіх особливостей культури, з якою знайомляться компанії в процесі співпраці. Це є необхідним компонентом для уникнення кроскультурних проблем, які можуть виникнути на протиріччях у роботі в нових культурних і соціальних умовах. Все ж таки бажано вбачати в культурі ресурс, а не загрозу, щоб отримати найбільше позитивних сторін та взаємовигідних переваг від міжнародної співпраці, адже за будь-яких індивідуальних обставин слід враховувати сучасні тенденції проведення міжнародних бізнес-процесів.

Виокремлено 40 моделей поведінки осіб під час проведення переговорів, які було поєднано у групи за такими класифікаційними параметрами: формальність бізнес-культур (формальні та неформальні культури); невербальна поведінка (експресивні або стримані); орієнтація на операцію або відносини [1, с. 16–17]. У результаті було отримано матрицю завдяки якій класифікували бізнес-культури у такі групи:

- 1) Індія, Бангладеш, В'єтнам, Тайвань, Малайзія, Індонезія, Філіппіни, Японія, Китай, Корея, Сингапур, Росія, Україна, Польща, Румунія, Словаччина;

- 2) країни Балтії, Англія, Ірландія, Данія, Норвегія, Швеція, Фінляндія, Німеччина, Голландія, Чехія;
- 3) ОАЕ, Єгипет, Туреччина, Греція, Бразилія, Мексика;
- 4) Австралія, Канада, США;
- 5) Франція, Бельгія, Італія, Іспанія, Угорщина [2, с. 40 – 48].

За класифікацією груп країн Україна належить до представників першої групи. Для цієї групи характерні такі особливості: представники не відчувають особливих проблем у спілкуванні ні за жодним із параметрів, але модель управлінської поведінки має суто ієрархічний характер, які зумовлено виключною орієнтацією на виконання вказівок, що надходять згори [2, с. 96–124].

Підприємці з другої групи країн у процесі переговорів будуть орієнтуватися на завдання, а не на людський чинник. Саме тому часто можуть виникати непорозуміння, пов'язані з бажанням українських партнерів щодо пізнання співрозмовника до початку переговорів та налагодження дружнього контакту [2, с. 215–252].

Представники третьої групи мають враховувати те, що українці більш стримані у відносинах, ніж вони [2, с. 148–171].

Бізнесмени четвертої групи мають найбільші культурні відмінності. Представники цих груп країн у процесі переговорів жорстко орієнтовані на завдання, вони готові узятися до справи відразу після знайомства з потенційним партнером.

Представникам п'ятої групи властиві такі характеристики: помірна орієнтованість на угоду, формальність, експресивність; вони мають враховувати, що українці насамперед орієнтовані на відносини, а не на завдання, і що рівень невербальної поведінки у представників української нації нижчий, ніж у їхній бізнес-культурі [2, с. 190–205].

Отже, задля отримання стовідсоткових конкурентних переваг під час освоєння українськими компаніями нових міжнародних ринків слід мати на увазі низку культурних особливостей країни-партнера. У сучасних умовах глобалізації та різноманітності культурних особливостей потрібно їх вивчати.

Це дасть змогу передбачити подальші дії і поведінку іноземних партнерів, уникнути непорозумінь та конфліктних ситуацій у спілкуванні.

Список використаних джерел

1. Кравченко В. О. Крос-культурний менеджмент в реалізації стратегії розвитку міжнародних компаній / В. О. Кравченко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка : зб. наук. пр. – Ужгород : Говерла, 2018. – Вип.1(51). – С.16–17.

2. Філатова Л. С. Крос-культурний менеджмент в міжнародному бізнесі / Філатова Л. С., Околіта І. І. // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – Вип. 2 (7). – С. 8–12.

3. Корженко В. В. Вплив національної культури на формування моделі управління: методики крос-культурного менеджменту / В. В. Корженко, Ж. А. Писаренко // Актуальні проблеми державного управління. – 2009. – №1(35). – URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apdu/2009_1/index.html.