

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В КРОСКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Глива Святослав Романович

*аспірант кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності,
Національний університет «Львівська політехніка»*

Корпоративна культура – це система матеріальних та духовних цінностей, переконань, вірувань, норм поведінки тощо, яка часто формується неусвідомлено, та є невід’ємною складовою організацій різних видів: формальних та неформальних, простих та складних, комерційних та некомерційних тощо. На сьогодні, даній категорії менеджменту приділяється особлива увага, оскільки корпоративна культура є стержнем управління, яка формує базову основу для ефективних взаємовідносин між усіма учасниками бізнес-процесів, комунікацій між ними, взаємодій з зовнішніми цільовими групами, якісного виконання робіт тощо. До її формування керівники компаній почали вже досить давно ставитися свідомо, використовуючи наукові досягнення в сфері менеджменту, соціології та психології, розуміючи її вплив на виробничо-господарську діяльність та економічну результативність. Особливо її роль посилюється в кроскультурному середовищі, так як поєднання різних культур вимагає цілеспрямованого пошуку спільного між ними, усунення бар’єрних стереотипів тощо.

До основних функцій корпоративної культури в кроскультурному середовищі належать:

- інтеграційна – полягає в створенні єдиних цінностей, які дозволяють об’єднати людей різних національностей та культурних груп шляхом підсилення толерантності, розуміння один одного, поваги тощо;

- антикризова – сприяє формуванню організаційних правил, що забезпечує зниження рівня конфліктності в колективі, а отже і зменшує рівень ризику посилення кризових ситуацій за різними напрямками роботи;

- підтримуюча – формує єдині правила співпраці, які дозволяють досягати поставлених цілей як власних, так й організаційних;

- адаптивна – забезпечує підтримку в кроскультурному середовищі, яка допомагає кожному працівникові пристосуватися до нових умов праці, колективу, організації;

- інформаційна – надає повну інформацію про особливості кожної національності чи етнічної групи, забезпечує знайомство працівників з культурним різноманіттям, зменшуючи при цьому рівень упередженості та нетерпимості.

Звичайно, формуючи корпоративну культуру в кроскультурному середовищі, потрібно враховувати такі чинники:

- етапи життєвого циклу компанії. Корпоративна культура на кожному з етапів часто може відрізнятися як своїм змістом, насиченістю елементами, так і спрямуванням. Усе залежить від того, які цілі ставить власник організації, чи були введені в колектив нові працівники з новими ідеями, принципами тощо;

- національну структуру компанії. Національна структура компанії визначається чисельністю національностей чи етнічних груп в організації. Зрозуміло, щоб чим більше їх різноманіття, тим більшу увагу слід приділити формуванню корпоративної культури для знаходження спільних рис;

- вид корпоративної культури. Типологія корпоративних культур є досить різноманітною і нараховує велику кількість її типів. Наприклад, професор Дж. Зонненфельд виокремив 4 типи корпоративних культур, які ґрунтуються на потенціалі працівника, його взаємовідносинах з іншими учасниками команди, що визначають як його власний успіх, так і успіх компанії загалом. Психологи Дон Бек і Кріс Кован наводять у своїй праці такі види культур як: приналежність, домінування, регламент, успіх, згода та синтез. Критерієм щодо вибору даних культур є визначення ключових параметрів управління, а саме: влада і сила, правила і норми, результат, професіоналізм, співпраця тощо [1].

- цільові орієнтири власника компанії, її адмінперсоналу. При зародженні компанії корпоративна культура переважно відображає цінності, переконання її власника чи власників. Відповідно, ключовими орієнтирами при виборі її типу є ціль власника, та в подальшому, цілі адмінперсоналу, які вони ставлять перед працівниками організації, та їх бачення, як цього можна досягнути;

- якісний склад працівників організації. Під ним ми розуміємо не лише вікову структуру, професійну тощо, але й рівень зрілості персоналу, їх схильність до прийняття інших культур тощо.

Звичайно, формування корпоративної культури в кроскультурному середовищі вимагає ґрунтовно проведеної дослідницької роботи, яка передбачає вивчення культурних особливостей, пошук доказів, які усувають упередження, аналіз роботи організацій з подібним національним складом працівників тощо.

Основними аспектами, які повинні бути пропрацьовані у сформованій корпоративній культурі в кроскультурному середовищі, є [2]: толерантність до різних культур; рівність працівників різних національностей, етнічних груп; спільна корпоративна етика; соціальна відповідальність; гнучка мовна політика.

Результативна корпоративна культура в кроскультурному середовищі повинна формуватися на таких принципах: відкритість; динамічність;

адаптивність; внутрішня інтегрованість; інноваційність. Саме це дозволить їй виконати своє основне призначення, а саме: згуртувати колектив, багатий своєю культурною різноманітністю, забезпечити сприятливі умови праці, адаптувати до змін та сформувати умови як для особистого розвитку, так і розвитку компанії загалом.

Список використаних джерел:

1. Стамбульська Х., Передало Х. С. Корпоративна культура: сутність, типи та роль у розвитку організації. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.204>
2. Ареф'єва О.В. Крос-культурний менеджмент як детермінанта формування конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Випуск 20. Частина 1. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz/archive/20_1_2018ua/6.pdf