

застосування Інтернет-реклами є те, що більша частина Інтернет-користувачів – це освічені люди з доходами вище середнього рівня, що привертає увагу потенційних рекламодавців різних товарів і послуг

Отже, незважаючи на всі складності, все більше компаній включають Інтернет-маркетинг у перелік інструментів, які використовуються при роботі на ринку. При цьому дедалі більша кількість фірм використовує Інтернет на всіх етапах своєї діяльності. Для багатьох компаній питання вже полягає не в тому, чи варто використати Інтернет, а в тому, який бюджет на це виділити і як його розподілити.

Перелік використаних джерел:

1. Електронная коммерция в Украине 2009-2011 [Електронний ресурс] // Gemius – Режим доступу до ресурсу: <http://gemius.com.ua/ua/raporty/2011-05/03>
2. Семенова А. Інтернет-маркетинг в Україні: передумови виникнення, особливості становлення, перспективи розвитку [Електронний ресурс] / А. Семенова / Економічний вісник НТУУ «КПІ» – Київ. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://economy.kpi.ua/uk/node/537>
3. Старостіна А. О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика / А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський. – К. : Знання, 2009. – 1071 с.

Гомотюк Вікторія

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ОСОБЛИВОСТІ КРОСКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Завдяки глобалізації помінялися багато аспектів нашого життя, в тому числі виникли зміни в процесі управління компаніями. Більшість організацій стали використовувати принцип кроскультурного менеджменту з метою підвищення ефективності менеджменту на даний момент.

Кроскультурний менеджмент виникає тоді, коли менеджер наймає в свою команду працівника з іншою культурою або з іншої країни. Існує багато варіантів створення мультикультурної команди працівників. У деяких випадках, організації мають філії в різних країнах, де менеджерами є люди, які приїхали з головного офісу. Кроскультурний менеджмент може бути ефективним лише в тому випадку, якщо менеджер буде ідентифікувати і розуміти відмінності в різних культурах, практиках і перевагах членів команди [2]. Однак, найчастіше мультикультурна команда працівників в більшості випадків працює ефективніше, ніж традиційна однокультурна команда. Як наслідок, більшість світових великих компаній перейшли на кроскультурний менеджмент для забезпечення свого ефективного стратегічного розвитку. У період глобалізації, для великих організацій і компаній важливо бути конкуренто-

спроможним на світовому рівні, а це можливо лише при роботі в декількох країнах.

В рамках системи управління персоналом виділяються два підходи до управління кроскультурними колективами: «свобода від культури» і «залежність від культури». У першому підході стверджується: управління персоналом має меншу залежність від культури країни, ніж від розмірів компаній, промислового оточення і використовуваних виробничих технологій. Прихильники другого підходу акцентують увагу на різних культурних умовах в різних суспільствах, які формують специфічні відносно стійкі моделі мислення і поведінки. Ці культурні обставини впливають на використання структур і стилів керівництва, відповідних існуючим культурним силам в суспільстві [3].

Менеджери при управлінні мультикультурними проектними командами стикаються з основними проблемами. Комунікації виділяються як одна з найбільш загальних і поширених проблем в роботі мультикультурних організацій. Так, в разі західної культури очевидно переважання явних способів передачі інформації (значення фраз обмежено їх зовнішньою формою, при веденні переговорів всі альтернативи позначаються відкрито і в явному вигляді). Для культур східного типу контекст може надавати значно більший вплив, ніж саме повідомлення, переважає неявний спосіб передачі інформації. Так, наприклад, для американських і європейських працівників ефективність комунікації по електронній пошті значно вище, ніж для представників Японії і Китаю.

Також, в тематиці кроскультурних досліджень особливого звучання набуває проблема соціальної та культурної дистанції. Чим ближче цінності, базові установки культур, тим менше культурна дистанція і відповідно легше побудувати відносини в кроскультурному колективі. Основними факторами ефективності кроскультурної команди виступають толерантність, емпатія, знання інших культур та іноземних мов.

При формуванні ефективної системи управління компанією з багатонаціональним колективом на основне місце необхідно ставити наступні моменти: облік типу багатонаціональної компанії, вплив корпоративної і національних культур, домінантне становище однієї національної культури в колективі над іншими, необхідність акультурації нових членів організації, підготовка менеджерів багатонаціональних компаній для роботи в рамках іншої національної культури, знання іншочкультурного комунікативного коду (мови, норм і правил поведінки, психології та менталітету і т.д.) [1].

Перелік використаних джерел:

1. Годун, Н. В. Отличительные особенности кросс-культурного менеджмента в рамках управления персоналом организации. Электрон. научн. журн. 2018. № 27(48). URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud/48/43809>

2. Ahmed, Anam. Cross-Culture Management Definition, BizFluent. URL: <https://bizfluent.com/facts6955562-cross-culture-management-definition.htm>

3. Thomas, David C. Cross-Cultural Management, Oxford Bibliographies, 2014. URL: <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199846740/obo-9780199846740-0074.xml>.