



# ДЕМОГРАФІЯ, ЗАЙНЯТІСТЬ НАСЕЛЕННЯ І СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА

УДК 331.108

Панкова Ю.М.,  
викладач  
Харківський національний  
університет імені В.Н. Каразіна

## СОЦІОКУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ МУЛЬТИКУЛЬТУРНИХ ГРУП В НОВИХ ФОРМАХ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Pankova Yu.M.,  
lecturer of the department of  
international economic relations  
V.N. Karazin Kharkiv National University

## SOCIAL AND CULTURAL FACTORS OF ECONOMIC BEHAVIOR OF MULTICULTURAL GROUPS IN NEW FORMS OF INTERNATIONAL BUSINESS

**Постановка проблеми.** Сучасні глобалізаційні процеси диктують свої правила гри на різних рівнях взаємодії людей: від соціального до економічного та суспільно-політичного. Сьогодні у кожного індивіда є можливість реалізувати себе не тільки в межах своєї держави, а й за її межами. Світ став відкритим, використовуючи новітні механізми взаємозв'язків економічного та соціального розвитку та формуючи світовий мультикультурний простір.

Саме в цих умовах відбувається все більш тісний взаємозв'язок глобальної та локальної національної систем, формуються глобальні ринки, відбувається утворення нових форм міжнародного бізнесу, основою успіху яких є використання зусиль нових форм соціально-економічних груп – мультикультурних команд, які об'єднують представників різних національних культур для найбільш ефективного та творчого вирішення завдань в умовах економіки, що глобалізується.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Сучасні підходи до всебічного розуміння економічної поведінки мультикультурних груп, які дають змогу виділити національні особливості економічної поведінки та розглянути головні аспекти ефективної взаємодії представників окремих національних культур, представлені у працях таких іноземних та вітчизняних авторів, як Гертсен М., Дуган С., Майлор Г., Сміт П., Содерберг А., Триандіс Г., Тромпенаарс Ф., Хампден-Тернер Ч., Хофстеде Г., Буряк О.С., Петрушенко Ю.М. та ін. [1-9].

При всій цінності й актуальності проведених досліджень зберігається необхідність обґрунтування характеру впливу соціокультурних факторів на економічну поведінку мультикультурних груп в нових організаційних формах міжнародного бізнесу, що й досі залишається недостатньо висвітленою проблемою в українській науковій думці.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження теоретичних аспектів впливу соціокультурних факторів на економічну поведінку мультикультурних груп в нових організаційних формах міжнародного бізнесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Глибокі трансформації сучасної світової економіки вимагають нового бачення проблем, нових форм і способів господарської діяльності для підвищення ефективності реалізації економічних процесів. Процеси глобалізації призводять до посилення міжнародної конкуренції і ще більш інтенсивного пошуку нових ринків та нових сфер застосування капіталу. З посиленням конкуренції господарські організації змушені більш жорстко змагатися в ціні та якості товарів, використовуючи передові технології з метою максимального задоволення вимог споживачів.

Глобалізація диктує і відповідні цінності, роблячи вплив на саму діяльність господарської організації й управління людськими ресурсами, формуючи нові механізми зв'язку економічного і соціального розвитку, вимагаючи від господарюючих суб'єктів швидкості реакції, гнучкості і пристосування: господарська система, що трансформується вимагає застосування творчого та новаторського підходу, вміння долати невизначеності зовнішнього середовища.

Саме посилення конкуренції й мінливі технології обумовлюють необхідність пошуку нових організаційних форм господарювання і методів управління. Однією з таких сучасних моделей організаційної структури, що найбільш повно відповідає реаліям сучасного світу, є використання проектної форми побудови організації. Плоскі та гнучкі організаційні структури стають нормою, замінюючи собою ієрархічні, бюрократичні структури минулого. «Проекти і управління проектами – це віяння майбутнього в глобальній економіці, і організації потребують їх для того, щоб забезпечити собі конкурентну перевагу й перемогти» [8, с. 119].

В Оксфордському словнику англійської мови під проектом розуміється «щось плановане чи запропоноване для здійснення; план, схема, мета, пропозиція» [10]. Однак дане визначення є досить обмеженим і не відображає сучасний підхід використання даного поняття.

Міжнародна асоціація управління проектами (IPMA) розглядає проект як комплекс дій, спрямованих на досягнення певної мети в рамках чітко визначеного завдання, для виконання якого встановлений не тільки початковий, але і кінцевий термін [11].

У німецькому стандарті DIN 69901: 87 під проектом розуміють «діяльність або намір, які значною мірою характеризуються неповторністю умов у їх сукупності, наприклад, завданням мети, тимчасовими, фінансовими, людськими та іншими обмеженнями, розподілом від інших намірів, специфічною для проекту організацією його здійснення» [12].

Американська школа трактує проект як «послідовність взаємопов'язаних подій, що мають місце в певний період часу і спрямованих на досягнення унікального і в той же час конкретного результату» [13].

Узагальнюючи розглянуті точки зору, можна дати наступне визначення: проект – це сучасна форма господарської діяльності, за допомогою якої організація «фокусує» свої ресурси і можливості на досягнення поставленої мети з чітко визначеними результатами за певний період часу.

Проект є не тільки сучасною формою господарювання в умовах глобалізації, а й новою філософією управління, яка пройшла в своєму розвитку чотири основні етапи.

Перший етап (1950 рр.) – формальне виникнення «управління проектами» як самостійної дисципліни для підтримки насамперед найважливіших будівельних проектів або комплексних національних оборонних програм.

Другий етап (1960 рр.) – це визнання «управління проектами» як основного підходу і як процесу управління, який використовувався організаціями на операціях з чітко вираженим життєвим циклом і системою управління, що використовує матричну структуру.

Третій етап (1970 рр.) – як спеціалізований підхід, що застосовувався в міжнародній практиці в разі поодиноких організаційних операцій.

Четвертий етап (з 1990-х рр.) – як новий підхід управління розробкою продуктів, впровадження та надання послуг на міжнародних ринках, а також змін організаційних процесів в умовах глобалізації.

Процеси глобалізації, які відбуваються сьогодні в світі та інформаційна економіка висувають нові вимоги до діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу. В межах глобальності економіки особливу роль відіграє реалізація міжнародних проектів. Міжнародні проекти сьогодні стають однією з сучасних форм господарчої діяльності в умовах глобальної економіки. Вони дозволяють ефективно генерувати нові ідеї, швидко їх реалізовувати та ефективно розподіляти наявні ресурси. Сутністю міжнародних проектів стають принципіальні зміни, які не тільки модифікують, а й в окремих випадках трансформують світ. Безумовно, міжнародні проекти виходять за межі однієї країни, тому участь в них приймають представники різних країн світу.

Моделі організації міжнародних проектів залежать від соціокультурного середовища та його особливостей. Вважається, що найбільш перспективною є модель транснаціонального проекту, що відповідає вимогам сучасних світових глобальних ринків та враховує специфіку національного контексту, що відповідає принципам «глобальності».

Сучасні форми міжнародного бізнесу формують нові форми соціально-економічних груп, а саме – мультикультурних команд, які вважаються важливим компонентом глобальних людських ресурсів та інтелектуального капіталу будь-якої господарчої організації в умовах глобалізації. Саме створення мультинаціональних команд зумовило важливі зміни в характері використання «людського фактору» в глобальній економіці.

На нашу думку, команда як сучасна форма групової взаємодії, сьогодні найбільш повно відповідає потребам глобалізації економіки та економіки знань. Основним критерієм такої команди, на відміну від формальної робочої групи, є наявність у її членів відчуття «колективної відповідальності» за виконання поставленого завдання. Тому сьогодні головним завданням міжнародної корпорації є

перетворення формальних груп у високоефективні дієві команди. Але ж для їх створення необхідно більш часу, ніж для організації робочої групи.

Команда досягає ефективності, якщо взаємодіє із зовнішнім середовищем, трансформуючи наявні вхідні ресурси в кінцевий продукт. В рамках розширення міжнародного співробітництва особливого значення набуває такий вхідний ресурс командної динаміки, як культурна належність членів мультинаціональної команди.

Мультикультурна команда, яка побудована на принципах гнучкості, взаємної участі та колективної відповідальності є новою моделлю економічної поведінки в умовах глобалізації. Для такої моделі характерним є високий рівень креативності та синергетичний ефект.

З точки зору появи нової групи в умовах глобалізації правомірно використовувати поняття «мультикультурна група», яка відображає специфіку процесів соціальної стратифікації та появу нового суб'єкту господарювання в умовах глобалізації. Потенціал мультикультурної групи залежить від використання «культурного важеля» або «культурної складової» членів команди [9].

У традиційних роботах з проблем культури в контексті міжнародного бізнесу дослідники спираються на класичну концепцію культури як сутності. Відповідно до цього, культура є «емпіричною категорією, що відображає відносно стабільну, однорідну, внутрішньо несуперечливу систему специфічних припущень, цінностей та норм, які можна об'єктивно описувати, щось, чим колективно володіють члени групи, організації або нації, або чим вони користуються» [1].

Проблема економічної поведінки розглядається стосовно господарюючих суб'єктів і є вельми актуальною сьогодні. Сутність поняття «економічна поведінка» полягає у відображенні залежності поведінки індивіда від економічних факторів і вплив індивіда на ці фактори шляхом прийняття та реалізації управлінських рішень. Ґрунтуючись на синтетичному підході при аналізі цього феномену, під економічною поведінкою будемо розуміти форму економічних дій суб'єктів господарчої діяльності у визначених економічних та соціокультурних умовах.

Феномен культури та його вплив на економічну поведінку є одним з важливих та перспективних в напрямі корпоративного управління. Дослідження поняття культури, її сутності, підходів до інтерпретації економічної культури дозволяє виділити такі ключові моменти [8].

По-перше, культура – це інтерпретаційний контекст, де відбувається формування цінностей, установок, вірувань та переконань, характерних для даного суспільства.

По-друге, щоб зрозуміти вплив культури на економічну поведінку, необхідно зрозуміти її сутність. Артефакти та засоби праці складають поверхневий шар культури, є символами більш глибоких, сутнісних рівнів культури та ціннісних установлень. Імплицитна культура, яка складає серцевину – «ядро» цінностей, відображує фундаментальні відносини між людьми, суспільством та оточуючим світом.

По-третє, економічна культура є «проекцією» культури в її широкому розумінні на сферу соціально-економічних відносин, те, що в сфері економіки та пов'язаних з нею соціально-економічних відносинах робить вся культура. Під економічною культурою слід розуміти сукупність соціальних цінностей та норм, які є регуляторами економічної поведінки, виконують роль «соціальної пам'яті» економічного розвитку, орієнтуючи її суб'єктів на ті або інші форми економічної активності. Для проведення досліджень, які отримують новий розвиток в умовах глобалізації, необхідно використовувати поняття «національної економічної культури», що відображає саме національні аспекти формування економічної культури.

По-четверте, економічна культура є не тільки фактором, який передусе економічній поведінці індивіда, але й результатом його господарської діяльності. В цьому випадку підходи «культура як результат» доповнюють більш розповсюджені погляди «культура як передумова» в соціально-культурних дослідженнях.

По-п'яте, при вивченні засобів впливу економічної культури на економічну поведінку слід використовувати комбінацію особистого, ціннісного та когнітивного підходів, кожний з яких має свої переваги. В результаті такої інтеграції отримуються найбільш багаті можливості осмислення соціокультурних відмінностей.

Спираючись на дослідження зарубіжних дослідників в питаннях впливу економічної культури на економічну поведінку мультикультурних груп, представляється можливим виділити наступні концепції, які відіграють велику роль у теоретичних дослідженнях з цього питання, а саме: парадигму «ціннісних орієнтацій трудової діяльності» Г. Хофстеде [6] і метод «сучасних дилем» Ф. Тромпенаарса та Ч. Хампдена-Тернера [5]. Кожна з цих концепцій є результатом досліджень, в яких автори надають своє уявлення проблеми з використанням різних підходів до інтерпретації економічної культури і засобів аналізу її впливу, виділяючи інтегральні характеристики, які характеризують якість економічної культури.

Аналіз концепцій соціокультурних досліджень дозволяє сформулювати три групи виділених інтегральних характеристик економічної культури:

- міжособистісні відносини;
- відносини до часу;

– відносини до зовнішнього світу [5].

Кожна з цих груп має велике значення та робить безпосередній вплив на основні процеси взаємодії мультикультурних груп. При характеристиці міжособистісних відносин велику роль відіграє параметр «індивідуалізм-колективізм». Особливе значення набувають параметри «відносини до часу» з точки зору послідовної та синхронної концепцій, та відносини індивіда до зовнішнього світу, які лежать в основі формування мотивації людини до високоефективної праці.

Отже, формування економічної поведінки в мультикультурній команді знаходиться під впливом сучасних концепцій управління людськими ресурсами. Сучасний розвиток даного концептуального підходу базується на одній з його цілей, а саме гнучкості, за рахунок якої організація, використовуючи переваги командної роботи та спираючись на культурні особливості працівників компанії, формують нову модель економічної поведінки, за допомогою якої формуються нові додаткові конкурентні переваги.

**Висновки з проведеного дослідження.** Таким чином, процеси глобалізації висувають нові вимоги до діяльності організацій різних форм міжнародного бізнесу. Усі господарчі суб'єкти повинні перебудовувати свою роботу для досягнення успіху, підвищуючи свою увагу до взаємодії з зовнішнім середовищем та розвиваючи здібності адаптації до змін цього середовища. Проектна форма міжнародного бізнесу найбільш повно відповідає цим потребам та дозволяє досягти додаткових конкурентних переваг. Проект – це саме та сучасна форма господарської діяльності, за допомогою якої організація «фокусує» свої ресурси та можливості для досягнення своєї мети. В рамках глобального контексту особливу роль набувають міжнародні проекти. Саме вони стають сучасною формою господарської діяльності в умовах глобалізації світової економіки.

Формування та реалізація міжнародних проектів призвели до появи нових форм соціально-економічних груп мультикультурних команд, які є важливим компонентом глобальних людських ресурсів та інтелектуального капіталу організації в умовах глобалізації. Потенціал мультикультурної групи, який складає основу високоефективної роботи залежить від використання «культурного важеля» або «культурної складової» членів команди.

Перспективами подальшого дослідження з даної проблематики є комплексний аналіз культурологічних особливостей створення інтегрованих міжнародних бізнес-структур.

### Література

1. Gertsen M. Cultural change processes in mergers: A social constructionist perspective / M. Gertsen, A.–M. Soderberg, E. Vaara. – Copenhagen Business School, 2000.
2. Maylor H. Project Management / H. Maylor ; 2nd edition. – Pitman Publishing, 1999.
3. Triandis Harry C. Culture and Social Behavior / Triandis Harry C. – New York : McGraw-Hill, 1994.
4. Smith P. National culture and the values of organizational employees a dimensional analysis across 43 nations / P. Smith, S. Dugan, F. Trompenaars // Journal of cross-cultural psychology. – 1996. – Vol. 27. – issue 2. – P. 231–264.
5. Hampden-Turner Ch. Managing people across cultures / Ch. Hampden-Turner, F. Trompenaars. – Chichester : Capstone, 2004. – 260 p.
6. Hofstede G. Culture's Consequences, Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations / G. Hofstede. – Thousand Oaks CA : Sage Publications, 2001. – 205 p.
7. Hofstede G. Organizations and cultures : software of the mind / G. Hofstede. – New-York: McGraw-Hill, 1991.
8. Буряк О. С. Крос-культурна комунікація як наслідок глобалізаційних крос-культурних контактів / О. Буряк // Грані. – 2012. – № 5(85). – С. 119–122.
9. Петрушенко Ю. М. Крос-культурні аспекти підвищення міжнародного бізнесу / Ю. Петрушенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5. – Т.1. – С. 146–148.
10. Oxford English Dictionary Second edition. Edited by John Simpson and Edmund Weiner, Clarendon Press. – 1989 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oed.com/>
11. International Project Management Association. IPMA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ipma.world/assets/aw\\_ResCongr\\_Broshure\\_2015-09-29\\_\\_web3-fin.pdf](http://www.ipma.world/assets/aw_ResCongr_Broshure_2015-09-29__web3-fin.pdf)
12. Kerzner H. Project Management: A System's Approach to Planning, Scheduling and Controlling. – 6th. ed. – New York: Van Nostrand Reinhold, 1999.
13. Porter M. The Competitive Advantage of Nations. – New York: The Free Press, 1998.

### References

1. Gertsen M., Soderberg A.–M., and Vaara E. (2000), "Cultural change processes in mergers: A social constructionist perspective", Copenhagen Business School.
2. Maylor, H. (1999), Project Management. Pitman Publishing.
3. Triandis, Harry C. (1994), "Culture and Social Behavior", New York : McGraw-Hill.

4. Smith, P., Dugan, S. and Trompenaars, F. (1996), "National culture and the values of organizational employees a dimensional analysis across 43 nations," *Journal of cross-cultural psychology*, Vol. 27, issue 2, pp. 231–264.

5. Hampden-Turner, Ch. and Trompenaars, F. (2004), *Managing people across cultures*. Chichester : Capstone.

6. Hofstede, G. (2001), *Culture's Consequences, Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks CA SAGE Publications.

7. Hofstede, G. (1991), *Organizations and cultures : software of the mind*. New-York: McGraw-Hill.

8. Buriak, O.S. (2012), "Cross-cultural communication as a result of globalized cross-cultural contacts", *Hrani*, no 5(85), pp. 119–122.

9. Petrushenko, Yu.M. (2009), "Cross-cultural aspects of increasing international business", *Bulletin of the Khmelnytsky National University*, no. 5, pp. 146–148.

10. Simpson, John and Weiner, Edmund (Eds) (1989), *Oxford English Dictionary*, Second edition, Clarendon Press, available at: <http://www.oed.com/> (access date September 25, 2017).

11. International Project Management Association. IPMA, available at: [http://www.ipma.world/assets/aw\\_ResCongr\\_Broshure\\_2015-09-29\\_\\_web3-fin.pdf](http://www.ipma.world/assets/aw_ResCongr_Broshure_2015-09-29__web3-fin.pdf) (access date September 25, 2017).

12. Kerzner, H. (1999), *Project Management: A System's Approach to Planning, Scheduling and Controlling*, 6th. ed., New York: Van Nostrand Reinhold.

13. Porter, M. (1998), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: The Free Press.

Рецензент: д.е.н., професор Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна О.А. Довгаль