

Удовик В.С., магістрант
Науковий керівник – Глебова А.О., к.е.н., доцент
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

В останні роки корпоративна культура привертає увагу багатьох дослідників і практиків менеджменту у зв'язку з тим, що доведено високий рівень її впливу на розвиток підприємства. Організаційна культура включає місію та цілі, цінності, лідерство та очікування співробітників та загальний рівень залучення. Розвиваючи міцну культуру підприємства можуть забезпечити послідовність та систематичність управлінських рішень, що дозволить забезпечити стійкість розвитку. Хоча організаційна культура є невід'ємною частиною бізнесу, вона не завжди помітна для довготривалих співробітників. Воно вписується в повсякденну рутину і стає другою натурою. Незалежно від того, чи ви щойно приєдналися до підприємства та перевантажені новими процедурами, чи ви досвідчений працівник, який більше не помічає швидкоплинного середовища навколо вас, організаційна культура продовжує існувати. Чим довше ви працюєте в бізнесі, тим більше це вкорінюється у вас. Останніми роками, коли цифрові технології відіграють ключову роль для конкурентоспроможності підприємства виникла потреба у формуванні цифрової культури, яка стосується поведінки, практик і цінностей, які розвиваються в результаті використання цифрових технологій.

Цифрова культура є основою цифрової трансформації, сприяючи формуванню мислення, поведінки та цінностей, які необхідні організації для повної інтеграції нових технологій і способів роботи. Успішне завершення цифрової трансформації означає зміну культури організації.

У *The Digital Culture Challenge: Closing the Employee Leadership Gap* Cargemini цифрову культуру характеризують як набір із семи ключових атрибутів цифрових організацій: спритність і гнучкість; співпраця; клієнтоорієнтованість; прийняття рішень на основі даних; цифрове мислення; інновація; відкрита культура.

Ось коротке пояснення кожного атрибута відповідно до Cargemini:

- Гнучкість і гнучкість — це швидкість і гнучкість організації, що дозволяє адаптуватися до мінливих вимог.
- Співпраця — це створення міжфункціональних міжвідомчих команд для використання колективних навичок організації.
- Клієнтоорієнтованість — це зосередженість на клієнті для трансформації клієнтського досвіду та спільного створення нових рішень і продуктів.
- Прийняття рішень на основі даних – це використання даних і аналітики для прийняття кращих бізнес-рішень.
- Digital-First Mindset – це спосіб мислення, де цифрові рішення є стандартними (наприклад, подумайте: «Перш за все мобільні, хмарні».)
- Інновація – це переважання поведінки, яка підтримує інновації, наприклад ризик, підривне мислення та пошук нових ідей.
- Відкрита культура — це ступінь партнерства із зовнішніми мережами, такими як сторонні постачальники, стартапи чи клієнти (подумайте, що «добре грає з іншими» та грає у більшій пісочниці в Інтернеті) [1].

Таким чином, в умовах стрімких темпів цифровізації всіх аспектів діяльності суспільства роль і значення цифрової культури зростає. Вона дозволяє не тільки інтегрувати технології у процес управління, але і забезпечити стійкість розвитку.

Список використаних джерел

1. JD Meier. How To Create a Digital Culture to Support Digital Transformation. URL: <https://jdmeier.com/how-to-create-a-digital-culture/>

УДК 338.242

Ус А.О., студент; Дзеверіна К.С., к.е.н.

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

У міжнародному бізнесі, кожна країна має свої національні особливості, які впливають на організаційні процеси економіки. Так, функціонування бізнес-середовища в азійських державах суттєво відрізняється від інших національних систем, в зв'язку з чим розуміння їх культурних, соціальних та економічних особливостей має велике значення для ведення справ. Слід розуміти, що бізнес-процеси це не просто організований обмін товарів або послуг, а складна система взаємовідносин суб'єктів господарювання, що регулюється економічними, правовими, морально-етичними правилами та нормами взаємодії.

Бізнес-культура є однією з важливих складових етики підприємництва. Вона проявляється через світоглядну толерантність, що передбачає здатність до сприйняття цінностей і духовних основ інших особистостей [1]. Повага щодо своєрідності азійської культури має особливе значення, оскільки представники цих країн є стратегічними діловими партнерами України.

Японія відрізняється своєю унікальністю і, як наслідок певними ознаками ведення бізнесу, властивими лише їй. Японські бізнесмени дуже ввічливі, дисципліновані, працелюбні, віддані національним традиціям і володіють відповідальністю та почуттям обов'язку, і саме такі якості вони, в першу чергу, поважають в партнерах. У цій бізнес-культурі надзвичайна увага приділяється постійному вдосконаленню, при чому це стосується не лише бізнесу, а й повсякденного життя.

Взаємодовіра і повага, обов'язковість, відданість компанії відіграють вирішальне значення, а поглиблене розуміння внутрішніх структур та ієрархій є ключем до успіху в японському бізнесі. Японські компанії завжди прагнуть до оптимізації своєї продукції та процесів, що забезпечує їх якість та конкурентоспроможність [2]. Дуже не просто налагоджувати ділові контакти з японцями, адже вони обачні, рідко вступають у ділові відносини з незнайомими партнерами. Як правило, керуються невербальними сигналами, а слова для них відіграють другорядну роль [1]. Ділова етика Східних країн суттєво відрізняється від правил і норм ділового Заходу. Знання специфіки бізнес-етики окремих країн вкрай важливо, оскільки культурні та історичні відмінності впливають на підходи до ведення бізнесу.

Також варто звернути увагу на етику бізнесу в арабському світі, адже вона відіграє вагомий роль на світовому ринку. Ґрунтується етика на багатовікових традиціях та віросповіданнях, що є визначальним у формуванні підходів до бізнесу (при цьому ісламська віра є фундаментом для будь-яких соціально-економічних процесів).

У арабських країнах діє традиційний авторитарний стиль управління. При цьому, веденню переговорного процесу приділяється значна увага, всі питання готуються ретельно і завчасно. Взагалі, для арабів однією з важливих умов контрактів і налагодження зв'язків є встановлення довіри у взаєминах. Вони намагаються не стільки передбачити рішення проблеми шляхом аналізу подій, скільки прийняти рішення скориставшись минулим досвідом. Арабські бізнесмени гарні оратори, вміють налагоджувати контакти, виділяються гостинністю, є непоганими акторами. Коли вони не хочуть відповідати, то посміхаються,