

УДК 008: 379.8

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ: ВПЛИВ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Близнюк Тетяна Павлівна, к.е.н., доцент, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

Анотація — В даному дослідженні проаналізовано вплив національної культури на особливості організації та проведення подій (корпоративних свят, маркетингових заходів, тренінгів, конференцій і семінарів) в межах конкретної компанії. Проаналізовано вплив кожного з культурних факторів шостифакторної моделі Г. Хофстеде: «дистанція влади»; «співвідношення індивідуалізму і колективізму»; «співвідношення мужності і жіночності»; «уникнення невизначеності»; «часова орієнтація»; «орієнтація на задоволення чи на обмеження», та визначено вплив кожного з них на персонал компанії.

Ключові слова — івент-менеджмент, національна культура, культурні фактори, шостифакторна модель Г. Хофстеде.

В сучасних умовах підвищення важливості персоналу компанії як ключового фактору її розвитку все більше уваги фахівці з менеджменту приділяють саме мотивації персоналу. Так, за результатами проведених досліджень [2], 50% підвищення рівня ефективності діяльності компанії безпосередньо залежить від наявності згуртованого, мотивованого персоналу. У зв'язку з цим, зростає роль інструментів нематеріального мотивування, одним з яких є івент-менеджмент як організація корпоративних заходів. При цьому головним завданням фахівців з організації корпоративних подій (корпоративних свят, маркетингових заходів, тренінгів, конференцій і семінарів) стає вміння знайти найбільш правильні, доречні та ефективні рішення проблем, з

якими можна зіткнутися при виконанні таких робіт [3]. Саме тому можна зробити висновок, що івент-менеджмент – це результат розвитку теорії та практики управління та мотивування персоналу, а головною метою івент-менеджменту в компанії є формування сприятливого психологічного клімату, створення відчуття причетності до організаційної культури компанії та закріплення й збереження отриманих результаті. Тому важливим аспектом здійснення івент-менеджменту в компанії є врахування характеристик персоналу (національних, поколінських та гендерних).

Як доведено в дослідженнях [1] найбільший вплив на персонал компанії має саме національна культура, представники якої сформували персонал цієї компанії. Методичним підходом, який найбільш глибоко досліджує особливості впливу національної культури на персонал є підхід, який базується на шостифакторній моделі Г. Хофстеде, яка включає наступні культурні фактори [4]: «дистанція влади»; «співвідношення індивідуалізму і колективізму»; «співвідношення мужності і жіночності»; «уникнення невизначеності»; «часова орієнтація»; «орієнтація на задоволення чи на обмеження». Детально проаналізуємо вплив кожного з цих культурних факторів на характеристики персоналу компанії та відповідно на особливості проведення івент-заходів в компанії.

Культурний фактор «дистанція влади» (PDI) в національній культурі персоналу компанії відображає ступінь нерівномірності влади в соціальних структурах (родина, компанія, суспільство), толерантність до нерівності, схильність до підкорення владі та її повагу [4]. При організації та проведенні різноманітних

корпоративних подій необхідно враховувати яка дистанція влади наявна в національній культурі персоналу цієї компанії. Так, велика дистанція влади ($PDI \geq 50$) свідчить про значний ступень внутрішньої нерівності в компанії, а мала дистанція влади ($PDI < 50$), вказує на вільний доступ до представників влади, та існування толерантності до влади.

Значення культурного фактору «співвідношення індивідуалізму і колективізму» (IDV) в національній культурі персоналу компанії розкриває особливості поведінки представників цієї національної культури як індивідів чи як членів певної групи [4]. При організації та проведенні різноманітних корпоративних подій (івентів) в компанії необхідно враховувати відповідний вплив на персонал індивідуалізму ($IDV \geq 50$), коли основними цінностями, які притаманні персоналу, є розвинене почуття власної гідності та самостійності дій й суджень, чи колективізму ($IDV < 50$), коли основними цінностями, які притаманні персоналу, є ставлення інтересів групи вище власних інтересів та спрямування максимум зусиль на те, щоб їх взаємодія з іншими членами групи була гармонічною, безконфліктною і збалансованою.

Культурний фактор «співвідношення мужності і жіночності» (MAS) в національній культурі («орієнтація на досягнення цілей») персоналу компанії розкриває спосіб мотивації до виконання тієї чи іншої роботи на шляху досягнення певних цілей [4]. Так, при організації та проведенні різноманітних корпоративних подій в компанії необхідно враховувати який тип цільової поведінки притаманний персоналу компанії. Так, якщо персонал має активну цільову поведінку ($MAS \geq 50$), що свідчить про домінування традиційних чоловічих цінностей, таких як успіх, гроші, матеріальні цінності, амбіційність, кар'єра, конкуренція і наполегливість у досягненні цілей; є жорстке розділення тендерних ролей, чи пасивну цільову поведінку ($MAS < 50$), якщо персоналу притаманна жіночність, гармонія та схильність до компромісів, а найбільшу цінність

представляють взаємини з іншими членами суспільства, якість життя і турбота про ближніх.

Культурний фактор «уникнення невизначеності» (UAI) в національній культурі персоналу компанії визначає рівень невизначеності, соціальної нестабільності, двозначності, який є нормальним і при якому співробітники відчують себе комфортно [4]. При організації та проведенні різноманітних корпоративних подій необхідно враховувати наявність високого чи низького рівня уникнення невизначеності у персоналу компанії. Так, високий рівень уникнення невизначеності ($UAI \geq 50$) свідчить, що в національній культурі персоналу все, що не дозволено, то заборонено і незаконно, але разом з тим, що характерно поширене повсюдне порушення законів й загальний правовий нігілізм. В той час як, низький рівень уникнення невизначеності ($UAI < 50$) означає, що в національній культурі персоналу компанії все, що не заборонено, вважається дозволеним, але все в житті передбачити не можна.

Культурний фактор «часова орієнтація» (LTO) в національній культурі персоналу компанії визначає ступінь необхідності довгострокових (або короткострокових) планів на майбутнє в роботі, життєдіяльності та інших аспектах життя співробітників компанії [4]. При організації та проведенні різноманітних подій в компанії необхідно враховувати представниками якої культури є персонал компанії: довгострокової чи короткострокової. Так, довгострокова орієнтація ($LTO \geq 50$) виявляється в наполегливості щодо досягнення цілей та пов'язана з патерналізмом, який визначається як стан слабших представників колективу, які відчують високу потребу в захисті і опіці з боку більш сильних зокрема керівництва компанії.

Культурний фактор «орієнтація на задоволення чи на обмеження» (IVR) в національній культурі персоналу компанії показує ставлення до контролю бажань та імпульсів особистості як результату

виховання й соціалізації [4]. При організації та проведенні різноманітних корпоративних подій необхідно враховувати представниками яких культур є персонал компанії: поблажливої чи стриманої. Так, орієнтація на задоволення (поблажливі культури) ($IVR \geq 50$) в національній культурі свідчить, що існує відносно вільне задоволення основних і природних людських бажань, пов'язаних з життям і розвагами, а орієнтація на обмеження (стримані культури) ($IVR < 50$) характеризується пригніченням задоволення потреб і його регулюванням за допомогою жорстких соціальних норм, існує тенденція до песимізму та цинізму.

Таким чином, в результаті проведеного аналізу впливу культурних факторів в національній культурі на персонал компанії визначено, що усі культурні фактори шостифакторної моделі Г. Хофстеде, такі як «дистанція влади»; «співвідношення індивідуалізму і колективізму»; «співвідношення мужності і жіночності»; «уникнення невизначеності»; «часова орієнтація»; «орієнтація на задоволення чи на обмеження», безпосередньо впливають як на персонал компанії так й відповідно на особливості організації та проведення подій

(корпоративних свят, маркетингових заходів, тренінгів, конференцій і семінарів) в межах даної компанії.

Список використаної літератури

1. Близнюк Т. П. Крос-культурні особливості менеджменту сучасної мультинаціональної організації: монографія. / Т. П. Близнюк. □– Харків: ФОП Лібуркіна Л.М., 2017. – □296 с.
2. Крюкова О.П. Event-менеджмент как инструмент мотивационной политики / О.П. Крюкова // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 10-2. – С. 249-250.
3. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер / пер. с англ. Д. Скворцова; под общ. ред. М. Стрижак. Москва: Вершина, 2006. – 544 с.
4. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software for the Mind / G. Hofstede, G. J. Hofstede, M. Minkov. 3rd ed. – New York : McGraw-Hill. – 2010. – 560 p.

Автори

Близнюк Тетяна Павлівна, доцент кафедри менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (blyznyuk.tetyana@gmail.com).

Тези доповіді надійшли 14 січня 2020 року.

Опубліковано в авторській редакції.