

Секция «Социология»

**Межкультурные коммуникации и корпоративная культура компании
Салдинатихонова Валентина Евгеньевна**

Аспирант

*Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права,
факультет управления, Тюмень, Россия*

E-mail: valentina_tikhonova@mail.ru

Процесс глобализации мировой экономики, участие компаний в различных формах международной кооперации, стремление компаний к расширению границ своей деятельности и превращению в крупные мультинациональные компании выявили новые проблемы корпоративной культуры, связанные с различием культур. Стало очевидным, что эффективность международного бизнеса во многом зависит от понимания культуры других стран, культурных различий между нациями и способности адаптироваться к ним. В результате возникла необходимость изучения особенностей национальных культур и их влияния на корпоративную культуру компаний, разработки подходов и методов повышения межкультурного взаимодействия, культурной адаптации, мотивации, лидерства, принятия решений, управления персоналом в разной культурной среде.

На сегодняшний день происходит осознание важности этих проблем в российском бизнесе, так с конца 1990-х гг. успешно работающие российские компании все более активно расширяют международную деятельность и усиливают свое влияние на мировом рынке. Помимо традиционного экспорта сырья, импорта товаров, создания совместных предприятий стали развиваться и такие формы международной кооперации, как участие в акционерном капитале и приобретение контрольных пакетов акций иностранных компаний, открытие филиалов и строительство заводов за рубежом, создание стратегических альянсов и союзов. Российские корпорации становятся мультинациональными компаниями.

Мультинациональная компания – это многонациональная компания, имеющая филиалы в различных странах, причем каждый из них остается относительно самостоятельным.

На корпоративную культуру компании, занимающейся международным бизнесом, оказывают влияние национальные, социальные, экономические, политические, юридические, этические особенности разных стран [2].

Следует отметить, что национальную культуру можно определить как совокупность ценностей, установок, убеждений и норм, принятых в стране и разделяемых большинством жителей. Национальная корпоративная культура включает нормы и правила ведения бизнеса, деловую этику, деловой этикет и является составной частью национальной культуры. Необходимо иметь в виду, что взаимодействие с международными партнерами – это всегда столкновение национальных культур и корпоративных культур в частности.

Исследователями, изучающими поведение людей в различных национальных культурах, было предложено около 30 параметров, которые позволяют выявить культурные различия и культурное сходство. Некоторые из них послужили основой при разработке моделей изучения культурных ценностей, влияющих на корпоративную культуру компаний в различных странах. Наибольшую известность получили следующие аспекты,

характеризующие особенности национальной культуры [1;3;4].

Данные аспекты национальной культуры, оказывающие влияние на корпоративную культуру имеют следующее содержание:

1. Отношение к природе. В различных национальных культурах существует различное отношение к природе. Это может быть господство над природой, гармония либо подчинение ей. Отношение человека к природе формирует определенный образ мышления, мировоззрение, находит отражение в стереотипах поведения, оценках происходящих событий.

2. Отношение ко времени. Различное отношение ко времени в разных национальных культурах формирует различные нормы деловой этики, связанные с продолжительностью и формой ведения переговоров, возможностью опозданий, ритуалами и другими атрибутами международной деятельности менеджеров. Кроме того, отношение ко времени проявляется в компании в различном поведении представителей разных культур, в таких характеристиках сотрудников, как пунктуальность, умение распределять время, следование расписанию и соблюдению сроков.

3. Отношения между людьми. Различия в человеческих отношениях «индивидуализм-коллективизм» проявляются в компании в поведении сотрудников, критериях отбора персонала, лидерстве, соотношении формального и неформального, методах разработки и принятия управленческих решений. Дистанция власти определяет, а какой мере члены общества воспринимают различия в положении и статусе отдельных лиц. Мужественность-женственность характеризует распределение ролей в обществе между мужчинами и женщинами и методы решения проблем. Неприятие неопределенности демонстрирует, как чувствуют себя люди в неопределенных ситуациях, когда они не способны точно предсказать будущие события.

4. Отношения к формальностям. В разных культурах по-разному относятся к соблюдению формальностей, связанных с ведением бизнеса, церемониями, традициями, ритуалами. Различное отношение к формальной стороне порождает проблемы в деловых связях, проведении переговоров, организации приемов, встреч с представителями других стран.

5. Религия. Является доминирующим фактором и способна оказать существенное влияние на характер и содержание деловых связей, график работы, внешний вид и этические установки работников компании.

6. Язык. Языки часто образуют барьеры в деловом общении, создают проблемы в коммуникациях, деятельности компании в другой стране. Когда общение в мультинациональной компании предполагает перевод с одного языка на другой, это создает дополнительные трудности для понимания точного смысла сказанного.

7. Социальное и личное пространство. В некоторых национальных культурах поощряется использование социального пространства, в других отдается предпочтение личному пространству.

8. Другие факторы. Средства невербальной коммуникации. Они довольно часто являются причиной недопонимания и усложняют процесс общения.

Стоит отметить, что такие параметры как отношение к природе, ко времени, отношения между людьми (индивидуализм-коллективизм, дистанция власти, соотношение мужественности-женственности и др.), используются для сравнения в моделях межкультурных различий.

Развитие международного бизнеса способствует процессу сближения, появлению все большего культурного сходства в корпоративной культуре многонациональных компаний. Становится очевидным, что в результате возникает международная система ценностей – космополитизированная корпоративная культура, связывающая различные национальные культуры. Этот процесс взаимопроникновения, формирования общего в культуре компаний различных стран стали называть интернационализацией корпоративной культуры.

Таким образом, многонациональные компании, распространяя за рубежом свои собственные принципы и нормы поведения, вынуждены воспринимать местные условия и приспособлять корпоративную культуру к национальным особенностям других стран. И чем сильнее культурные различия, тем острее стоит для компании проблема адаптации.

Литература

1. Kluckhohn, L. Variations in Value Orientation / L. Kluckhohn, F. L. Strodtbeck. – N. Y., 1961.
2. Латфуллина Г.Р., Громова О.Н. Организационное поведение. – СПб., 2009.
3. Мясоедов С.П. Основы кросскультурного менеджмента. Как вести бизнес с представителями других стран и культур. – М., 2003.
4. Хофштед Г. Межкультурное сотрудничество: культуры, организации, менеджмент, - М., 1997.