

Адаптация ведения бизнеса в разных культурах на примере России и США

Научный руководитель – Маринин Мстислав Оганесович

Красникова Ирина Павловна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

E-mail: irinkrasnikova@yandex.ru

Уровень предпринимательской деятельности является важным показателем экономического развития государства. Он зависит от основополагающих факторов, которые, с одной стороны, определяются сводами правил, законодательством и нормативными актами, с помощью которых государство регулирует деятельность предпринимателей, с другой стороны формируются посредством этических и социокультурных норм, вырабатывает бизнес-этику, служащую ориентиром для сотрудников. На основании этих факторов в каждой компании складывается корпоративная политика, которая дает представление о бизнес-культуре страны и возможностях развития бизнеса в регионе. Культура в бизнесе определяет его авторитет как внутри страны, так и в международном пространстве, способствует увеличению доходов компании, а также позволяет формировать ценности, отражающие региональные интересы и традиции. Региональный аспект является характерным показателем бизнес-культуры, так как она впитывает в себя ценности тех, кто ее развивает и подстраивается под то общество, где развивается, чтобы удовлетворить его потребности. [2]

В современном мире в эпоху глобализации бизнес, созданный в одной среде, в процессе расширения, неизбежно осваивает новые для него регионы. На таких примерах можно увидеть различие в адаптации систем к уже сложившимся условиям. Актуальным становится вопрос о понимании бизнес-культур для успешного ведения переговоров, продвижения товаров и услуг на рынке. Высокий уровень адаптации бизнес-среды к региональным особенностям помогает добиться максимальной доброжелательности и доверия со стороны как сотрудников, так и потребителей, а также сформировать правильные ожидания. [5] На примере России и США можно проследить формирование бизнес-культур в разных средах. Каждая из стран имеет свои исторически сложившиеся правила и установки, которым негласно следует.

Бизнес в каждой стране руководствуется некоторым утвержденным набором ценностей, которые принимает за основополагающие. Именно они определяют интересы компании. Так, например, государственная политика влияет на свободу действий предпринимателей, их готовность идти на риск и контролировать его в процессе ведения дел. В авторитарном режиме человеческая свобода действий и мыслей ставится под контроль. Предпринимательство требует обычных человеческих свобод - свободу выбора, передвижения, волеизъявления. И предприниматель руководствуется врожденными личными качествами создавая бизнес и регулируя его. Свободная среда и наличие условий определяют дальнейшее развитие бизнеса. Так, в США провозглашены свободы человека, благодаря этим личным свободам без вмешательства государства, у бизнеса есть возможность развиваться. Сегодня США занимает восьмое место в рейтинге Doing Business, в то время как Россия находится на 40-м месте [6]. Для бизнес-культуры США и других англосаксонских культур характерно общение людей предметно. Хорошая коммуникация — это ясность и четкость, которые позволяют добиться полного понимания предмета, а ответственность

за точную передачу сообщения твердо возлагается на коммуникатора: “Если ты не понимаешь, это моя вина” [1]. У этого феномена есть свои причины. Соединенные Штаты — это страна с историей всего в несколько сотен лет, которая была сформирована огромным притоком иммигрантов разного происхождения, с разной историей и разными языками. Поскольку у людей отсутствовал общий контекст, американцы быстро поняли, что если они хотят передать сообщение, то должны сделать его как можно более доступным, не допуская двусмысленности и непонимания.

В России огромную роль в бизнес-культуре играют связи и кулуарность. Исторически данный феномен можно проследить с конца XIX - начала XX веков на старообрядческой модели русского капитализма, развитие которой основывалось на общественной собственности. В такой среде была распространена культура «купеческого слова» и договорные отношения.[4] Большое воздействие на развитие структуры компаний также оказала многолетняя история авторитаризма в России.[3] Российской бизнес-культуре присущ иерархический подход, но вместе с этим, гибкое планирование и выражение открытого несогласия. [1, С.22]

Понимание культурного контекста, формирующего бизнес-среду, помогает определить шаги, которые можно предпринять, чтобы эффективно решить вопросы и преодолеть сложности. Важно превентивно распознавать и гибко реагировать на региональные ожидания, которые связаны с адаптацией бизнеса в разных культурных средах. На примере двух стран США и России можно проследить основные черты различия подходов к бизнес-культуре. Ведь, являясь практически полярными в восприятии власти и коллективизма/индивидуализма, рассматриваемые регионы по-разному реагируют в схожих ситуациях.

Источники и литература

- 1) Эрин Мейер. "Карта культурных различий. Как люди думают, руководят и добиваются целей в международной среде".
- 2) Чайка Г.Л. Культура делового общения менеджера. Учебное пособие / К.: Знание, 2005. - 442 с.
- 3) Барсукова С.Ю. Неформальная экономика и система ценностей России // Социологические исследования. – 2001. № 1.
- 4) Российская этика бизнеса в контексте национальных особенностей [Текст] / Н. В. Черепанова // Вестник науки Сибири. - 2013. - № 1 (7). - С. 163-167
- 5) Крегер, О., Тьюсон Дж.М. Типы людей и бизнес. — М.: Персей Вече Аст, 1995. — 600 с.
- 6) Министерство экономического развития Российской Федерации. Российская Федерация в рейтинге Doing Business.