

Восток и Запад: восприятие организации и организационное поведение

Научный руководитель – Гавриленко Ольга Владимировна

Захарова Наталья Игоревна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: inatasha.am@gmail.com

Степень вовлеченности компаний, которые ранее могли осуществлять свою деятельность только в национальных масштабах, в международный бизнес растет из года в год. Национальная культура определяет специфику организационного поведения в международном бизнесе [3].

Анализ результатов проведенного нами исследования (интервью иностранцев, российских бизнесменов, ведущих дела с иностранными партнерами и персонала крупнейших транснациональных корпораций) позволяет сделать вывод о том, что ни культура Запада, ни культура Востока не однородны. Они представляют собой единство разнообразных национальных культур, по многим параметрам несоответствующих друг другу. Однако можно выделить основные черты, которые отделяют эти два типа культур.

Западный тип культуры характеризуется рациональностью, изменчивостью и динамикой, неравномерным развитием, направленностью действия вовне, на преобразование окружающей среды. Большое количество стран Запада можно отнести к типу культур с низким контекстом[1].

Культуры Запада воспринимает успех как неотъемлемую и крайне важную составляющую жизни. Успех - это результат упорного труда, настойчивости и решительности. Это также, как отмечают представители Канады, Германии, чувство удовлетворения от приложенных усилий. Успех не всегда подразумевает достижение цели, иногда он связан с количеством тех усилий, которые приложены к исполнению задачи.

Идеальная работа для представителя Запада - это место, где человек может проявить свои способности и реализовать идеи. Важна возможность построения полноценной карьеры, надежные и дружелюбные коллеги, которые уважают и ценят друг друга как профессионалов. Если говорить о пространственном восприятии рабочего места, то здесь это открытый, светлый, просторный офис, «с красивым видом из окна».

Лидерство - важнейшая составляющая командной работы, но лидер воспринимается не как человек, директивно руководящий командой, а как равноправный участник процесса, берущий на себя обязанность этот процесс направлять.

Представители западных культур, как правило, стараются планировать свое время, время само по себе является ценностью[2]. Опоздание на встречи расценивается как неуважение к партнеру, порождает чувство его ненадежности, так как «люди должны быть настолько пунктуальны, насколько это возможно».

Кроме того, что представители западных стран почти всегда декларируют, что они планируют свои дела, они также отмечают, что зачастую делают это для того, чтобы не подвести своих партнеров и коллег, так как их время очень ценно. К примеру, канадцы могут не составлять список дел и организовывать свое время в зависимости от обстоятельств, если эта деятельность касается только интервьюируемого непосредственно. Однако немцы очень тщательно планируют дела, всегда подготовлены к встречам, что обеспечивает им «чувство уверенности в себе». Но в случаях, когда немцы уже знают партнера, они могут действовать, опираясь на опыт и уже сформировавшиеся образцы поведения.

На Западе особое значение имеет понятие справедливости в том числе и в деловой сфере. Как правило, если партнер или коллега не выполняет свои обязательства в единичном случае, здесь готовы идти на компромисс и не разрывать отношений, а просто сделать вывод относительно возможности дальнейших коммуникаций.

Для культур Востока характерны традиционализм, созерцательность, замкнутость, гармония человека и окружающей среды и исходящий отсюда принцип невмешательства в природу, устойчивость, высокая степень интеграции и сильные взаимосвязи в социальной группе, строгая иерархия, ритуализм. Культура Востока высококонтекстна, однако некоторые западные страны, например, Францию, Испанию, Италию также можно отнести к этому типу[1].

Понятие успеха на Востоке также имеет свою специфику. Карьера и деньги, несомненно, важны, но настоящий успех - это «душевная гармония». Представители восточных стран отмечают, что успех подразумевает гармонию с собой, гармонию внутри семьи и со своими коллегами, если речь идет об организации. От одной национальной культуры к другой концептуализация понятия успеха может варьироваться. К примеру, для представителей Индии крайне важно достичь материального успеха, и часто индусы могут пожертвовать качеством ради количества для достижения наибольшей выгоды.

Идеальный руководитель здесь - это человек с большим опытом в данной сфере, в идеале - старший по возрасту. Он умеет четко распределять обязанности и использует «метод кнута и пряника». Конечно, от региона к региону могут наблюдаться большие различия. К примеру, в азиатских обществах, основанных на традициях руководитель может быть очень властен и авторитарен. В индийских компаниях руководитель может позволить себе более попустительский стиль управления, может перекладывать ответственность на других сотрудников, не соблюдать регламент, использовать незаконные схемы извлечения прибыли.

В организации восточного типа преобладают коллективистские тенденции, важна польза всех участников. За результат отвечают все вместе, поэтому иногда неравный вклад участников процесса незаметен, так как никто не будет указывать руководству на факт, что кто-то из сотрудников не выполнил своих обязательств.

Отложить дело на потом - частая практика. Это определяется циклической моделью восприятия времени. То, что не получилось сейчас, получится потом, но к этому делу человек уже подойдет с большим опытом. Поэтому часто процесс переговоров с представителями Востока носит продолжительный характер.

Изучение деловой культуры стран и учет их национальных особенностей имеет цель - улучшить методы управления в международных компаниях и между национальными организациями-игроками глобального рынка. Необходимо сформировать четкое осознание не только национальных, страновых особенностей деловой культуры, но и понять, как эти особенности проявляют себя в международном контексте.

Источники и литература

- 1) Hall E. Beyond Culture. – NY: Anchor Books, 1989. – 299 p.
- 2) Hofstede G. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. // Online Readings in Psychology and Culture, Unit 2. – 2011. URL: <http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8>
- 3) The cultural models in international business research: A bibliometric study of IB journals // WORKING PAPER N° 76. – 2011. URL: http://globadvantage.ipleiria.pt/files/2011/06/working_paper-76_globadvantage.pdf