

И. В. Радина
старший преподаватель
БГЭУ (Минск)

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В ИНДИИ

Индия – страна с богатым культурным разнообразием, историей и уникальной культурой делового общения. Крупные экономические реформы, начавшиеся в 1991 г., переориентировали Индию на путь интеграции в мировое экономическое сообщество. При этом внутренняя политика оказывает огромное влияние на развивающуюся культуру страны, включая мониторинг внедрения новых глобальных технологий. Данные факторы формируют культуру ведения бизнеса с иностранными партнерами.

Анализируя перспективы развития деловых отношений в Индии, необходимо опираться на основополагающие особенности индийской культуры, характерные как для национального уровня, так и для регионального и отраслевого уровней. Сельские районы демонстрируют более традиционное и консервативное поведение, тогда как городские районы отражают более либеральные и менее консервативные ценности.

Север страны характеризуется современной классовостью, космополитичностью, многоязычием и доминирующей ролью английского языка в деловой сфере. На юге Индии люди ориентированы на традиции, провинциальные устои, они часто сомневаются в бизнесе. Люди в сельских районах как Северной, так и Южной Индии придерживаются классового и кастового сознания, консервативны и более религиозны, с низким уровнем грамотности.

При планировании бизнес-стратегий выхода на индийский рынок стоит учитывать различия в западной и индийской бизнес-среде. Рассмотрим подробнее некоторые из них: стиль делового общения, ведение проекта, стиль управления.

Деловое общение в Индии характеризуется размеренным темпом, возможностью перебывать коллег и менять тему разговора. В западной культуре ценится интенсивное общение, умение говорить по очереди, не перескакивая с темы на тему.

Ведение проекта в индийской культуре ассоциируется с традициями, делегированием полномочий и низким уровнем инициативы. Сотрудники редко отклоняются от оговоренной начальством стратегии поведения в рамках проекта. Для западной культуры характерно проявление инициативы, выдвижение креативных идей, отклонение от утвержденного регламента с целью повышения результативности проекта.

Стилю управления в Индии в деловой сфере свойственно равнодушное отношение к подчиненным, похвала за успешно проделанную работу, чрезмерная строгость при анализе отчетов сотрудников, в то время как европейской деловой культуре свойственна большая степень лояльности, индивидуалистический подход к сегментам проекта, частое отсутствие чувства сопричастности к общему делу.

Принимая во внимание сказанное выше, необходимо подчеркнуть значимость межкультурных особенностей делового общения при ведении бизнеса в Индии, учет которых способен повысить эффективность кросс-культурного взаимодействия в бизнес-среде.

О. В. Рыжанкова
кандидат экономических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗДЕРЖКИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Положительные стороны рыночной системы могут явиться и эффективно воплощаться лишь при наличии определенных усилий со стороны субъектов международного бизнеса, каковыми можно считать и те, которые необходимы для кросс-культурных взаимодействий и проявления деловой культуры. Становится очевидным, что иначе бизнесу приходится расплачиваться все большей долей материально-вещественных ресурсов.

Нынешний этап общественного взаимодействия хозяйственных структур с учетом развития деловых культур международного бизнеса, по сути, уже демонстрирует синтез ценностно ориентированного и институционального подходов. Более того, сам сугубо институциональный подход уже позволяет определить саму международную корпорацию как институт современного социума и позиционирует корпоративных игроков в системе общественных институтов, а определение «деловые» в применении к культурам перестает быть метафорой и наделяется конкретными системными признаками.

Все более очевидны ситуации, когда субъекты международного бизнеса – они же и субъекты деловых культур. Причем не с одной и другой стороны, а одновременно. И это комбинирование предопределяется рынком, а точнее, бизнес-коммуникациями на международном рынке: масштабом сделок и их объемами, национальной спецификой клиентов, окупаемостью затрат в виде долгосрочного сотрудничества, потерей рынков при неподготовленности переговоров и другими проявлениями взаимодействия.

Следует заметить, что игнорирование данного единства способно превратить представителя международного бизнеса в объект воздействия деловой культуры партнера, что в конечном счете может обнаружить себя снижением репутации и значимости в деловом мире и даже вовсе оказаться плохой кредитной историей. Значит, анализ международного бизнеса в терминах деловых культур результативно применим лишь в условиях, когда бизнес сознательно позиционирует себя в системе общественных и культурных отношений, а не рассматривает эти отношения в качестве внешней среды.

Речь идет о мотивации корпоративного поведения, выходящего за рамки получения экономических дивидендов, и требует выявлять приоритеты отечественных и международных участников бизнеса как социально-экономические и определять все новые факторы взаимодействия с обществом в виде кросс-культурных коммуникаций.

Такой синтез ценностно ориентированного и институционального подходов ориентирует на ответственную оценку влияния предпринимательской деятельности на общественное развитие и окружающую среду, причем как в пределах национальных сообществ, так и на глобальном уровне, что, безусловно, касается и Республики Беларусь.

В этом контексте позволительно предположить, что кросс-культурные взаимодействия – это комбинированные производственные ресурсы, создающие конкурентные преимущества обретением социальных связей. Это активы, которые формируют и удерживают потенциал ведения бизнеса таким решением задач, когда капитал не замыкается в своем обороте, но самовозрастает в связи экономики с устойчивым развитием общества. Это тем более очевидно, что давление со стороны общественного мнения все более испытывают те государства, которые то и дело сокращают сферу собственных социальных обязательств.

Е. Г. Саликова
старший преподаватель
БГЭУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ У СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Современный мир характеризуется международными связями, быстрым развитием технологий и активным международным взаимодействием. Это актуализирует необходимость для студентов экономических специальностей обладать навыками эффективного взаимодействия с представителями различных культур. Понимание и уважение межкультурных различий способствует успешному внедрению и развитию бизнеса на рынках других стран. Выпускники экономических специальностей, обладающие навыками межкультурного взаимодействия, потенциально могут эффективно общаться с иностранными партнерами, понимать их потребности и ожидания, развивать взаимовыгодные деловые отношения.

Развитие навыков межкультурной коммуникации у студентов экономических специальностей приобретает значение и в контексте их будущей карьеры. В современном мире существует множество международных компаний экономического профиля, где специалистам