

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС: КОНКУРЕНЦИЯ НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ

Различия в культуре. Часть 1

Глава 2. Национальные различия и международный бизнес





Что такое культура?

Ученые никогда не могли прийти к согласию в отношении простого определения культуры. В 1870-х гг. антрополог Эдвард Тайлор определил культуру как «сложное целое, включающее в себя знания, верования, искусство, мораль, законы, обычаи и другие способности, приобретаемые человеком как членом общества». С тех пор были предложены сотни других определений. Герт Хофстеде, специалист по кросс-культурным различиям и менеджменту, определил культуру как «коллективное программирование разума, которое придает отличие членам одной группы людей от членов другой. Культура в этом смысле включает в себя системы ценностей, и ценности являются строительными блоками культуры». Другое определение культуры дают социологи Эви Наменвирт и Роберт Вебер, которые видят культуру как систему идей и утверждают, что эти идеи задают план жизни.

Мы будем придерживаться взглядов Хофстеде, Наменвирта и Вебера и рассматривать культуру как систему ценностей и норм. Под ценностями мы понимаем абстрактные идеи о том, что группа считает хорошим, правильным и желательным. Другими словами, ценности – это наши представления о том, каким должно быть то, что нас окружает. Под нормами мы понимаем социальные правила и руководящие принципы, предписывающие надлежащее поведение в конкретных ситуациях. Мы будем использовать термин общество применительно к группе людей, имеющих общие ценности и нормы. Хотя общество может быть эквивалентным стране, в некоторых странах одновременно могут существовать разные общества, а некоторые общества могут включать в себя несколько стран.

Ценности и нормы

Ценности создают основу культуры. Они обеспечивают контекст, в котором задаются и обосновываются общественные нормы. Они могут включать отношение общества к таким понятиям, как индивидуальная свобода, демократия, истина, справедливость, честность, лояльность, социальные обязательства, коллективная ответственность, роль женщины, любовь, секс, брак и т. д. Ценности – это не просто абстрактные концепции, часто им придается особое эмоциональное значение. Люди, спорят, сражаются и даже умирают за ценности, например такие, как свобода. Ценности также отражаются в политической и экономической системах общества. Демократический капитализм со свободным рынком является отражением философской системы ценностей, придающей особое значение индивидуальной свободе.

Нормы – это социальные правила, управляющие действиями людей по отношению друг к другу. Нормы могут быть разделены на две крупные категории: обычаи и моральные устои. Обычаи – это общественные условности повседневной жизни. Как правило, обычаи – это действия, имеющие незначительное моральное значение. Скорее они представляют собой общественные условности в отношении представлений о том, как следует одеваться в тех или иных ситуациях, что такое хорошие манеры, как правильно накрывать на стол, как вести себя с окружающими и т. п. Хотя обычаи определяют поведение, которого ожидают от человека, их нарушение обычно не считается серьезным проступком. Люди, нарушающие обычаи, могут считаться эксцентричными или плохо воспитанными, но не негодяями или злодеями.

Хорошим примером обычаев является отношение ко времени в разных культурах. Люди знают о быстротечности времени в США и в таких североευропейских странах, как Великобритания и Германия. Бизнесмены в этих странах уделяют много внимания составлению расписания своих дел и раздражаются, когда им приходится терять время понапрасну, например ожидая опаздывающего партнера по переговорам. Они говорят о времени как о деньгах, как о чем-то, что может быть израсходовано, сэкономлено, напрасно потрачено или потеряно. Напротив, в арабских, латиноамериканских и средиземноморских культурах время является более растяжимым. Соблюдение графика назначенных встреч считается менее важным, чем завершение беседы, случайно начатой с другими людьми. Например, американская бизнесвумен может почувствовать себя оскорбленной, если ей придется прождать 30 минут у дверей кабинета латиноамериканского



менеджера, который в это время может просто завершать разговор со своим подчиненным и считать получение информации от него более важным делом, чем проявление пунктуальности. Latinoамериканский менеджер и не думает проявлять неуважение, но по причине различий в представлениях о времени американка может смотреть на эту ситуацию совершенно иначе.

Сходным образом на отношение ко времени жителей Саудовской Аравии влияет их кочевое бедуинское прошлое, в эпоху которого точное время не имело большого значения и обещание прибыть завтра могло означать намерение прибыть на следующей неделе. Подобно latinoамериканцам, многие жители Аравийского полуострова не понимают одержимости американцев точным соблюдением времени, и поэтому американцам нужно корректировать ожидания соответствующим образом.

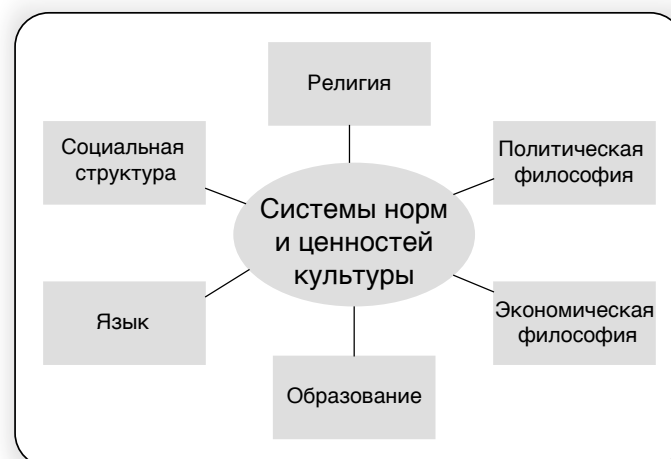
Культура, общество и страна

Мы определили общество как группу людей, имеющих общий набор ценностей и норм, то есть людей, связанных вместе общей культурой. Не существует абсолютной тождественности между обществом и страной. Страна – это политическое образование. Страна может иметь одну культуру или несколько культур. В то время как Франция может рассматриваться как политическое воплощение французской культуры, Канада имеет минимум три культуры: английскую культуру, франкоговорящую «квебекскую» культуру и культуру коренных индейцев.

Дополнительно, мы можем говорить о культуре на разных уровнях. Допустимо говорить об «американском обществе» или «американской культуре», но внутри Америки существует несколько обществ, каждое из которых имеет свою культуру. Мы можем говорить об афроамериканской культуре, культуре французских переселенцев в штате Луизиана, китайской американской культуре, испаноязычной культуре, индейской культуре, ирландской американской культуре и культуре южных штатов. Взаимосвязь между культурой и страной часто оказывается неопределенной. Даже если страна может характеризоваться как имеющая одну культуру, то нередко такая культура страны представляет собой мозаику из субкультур.

Детерминанты культуры

Ценности и нормы не возникают сформированными в окончательном виде. Они являются продуктом эволюции, происходящей под влиянием многих факторов, включая преобладающую политическую и экономическую философию, социальную структуру общества, а также господствующую религию, язык и общий уровень образования. Эти философии, безусловно, влияют на систему ценностей.





Например, в коммунистической Северной Корее ценности, имеющие отношение к свободе, справедливости и индивидуальным достижениям, отличаются от ценностей, принятых в США, потому что каждое из этих обществ действует в соответствии со своей политической и экономической философией. Цепочка причинности работает в обоих направлениях. В то время как социальная структура и религия, безусловно, влияют на ценности и нормы общества, а ценности и нормы общества также влияют на социальную структуру и религию.

Социальная структура

Под социальной структурой общества понимается его основополагающая социальная организация. Хотя социальная структура имеет несколько разных аспектов, два ее измерения особенно важны для объяснения различий между культурами. Первое измерение определяет ту степень, в которой базовой единицей социальной организации является индивид как противоположность группе. Как правило, западные общества стремятся подчеркивать примат индивида над группой, в то время как во многих других обществах именно группа имеет большее значение. Второе измерение — это степень, в которой общество стратифицировано на классы или касты. Одни общества характеризуются высокой степенью стратификации и относительно низкой мобильностью между слоями. Другие же общества характеризуются относительно низкой степенью стратификации и высокой мобильностью между слоями.

Религиозные и этические системы

Религия может быть определена как система общих верований и ритуалов, имеющих отношение к высшим силам. Под этической системой понимается набор моральных принципов или ценностей, направляющих и формирующих человеческое поведение. Большинство существующих в мире этических систем являются продуктом различных религий. Таким образом, мы можем говорить о христианской или исламской этике. Однако имеется важное исключение из общего правила о том, что этическая система основывается на религиозном учении. Конфуцианство и конфуцианская этика влияют на поведение людей и формируют культуру во многих частях Азии, но было бы неправильно характеризовать конфуцианство как религию.

Взаимосвязи между религией, этикой и обществом являются очень тонкими и сложными. Среди тысяч религий, существующих в нашем мире, четыре религии являются доминирующими с точки зрения численности их приверженцев: христианство — около 1,7 млрд последователей, ислам — около 1 млрд последователей, индуизм — около 750 млн последователей и буддизм — около 350 млн последователей. Хотя многие другие религии также являются весьма влиятельными в некоторых частях мира — например, иудаизм, имеющий около 18 млн последователей, — у них гораздо меньше приверженцев по сравнению с четырьмя ведущими религиями. Мы рассмотрим четыре основные религии, а также конфуцианство, сосредоточившись на их скрытом смысле для бизнеса. Некоторые ученые утверждают, что наиболее важные результаты подразумеваемого влияния религии на бизнес проявляются преимущественно в том, как разные религии формируют отношение к миру и предпринимательству и в какой степени религиозная этика влияет на издержки ведения бизнеса в стране.

Было бы неразумно делать поспешные обобщения о связи религии с этическими системами и практикой бизнеса. Хотя некоторые ученые говорят о наличии зависимости между религиозными и этическими системами и практикой ведения бизнеса, характерными для конкретного общества, в нашем мире, где страны с преобладающим католическим, протестантским, исламским и буддистским населением демонстрируют высокую предпринимательскую активность и устойчивый экономический рост, утверждение о существовании такой зависимости следует рассматривать с определенным скептицизмом. Такая зависимость может иметь место, но ее влияние, по-видимому, невелико по сравнению с влиянием



экономической политики. Исследования экономистов Роберта Барро и Рейчел Макклири действительно наводят на мысль о том, что прочные религиозные убеждения, и в особенности вера в ад, рай и загробную жизнь, оказывают позитивное влияние на темпы экономического роста независимо от названия религии. Барро и Макклири проанализировали религиозные убеждения и темпы экономического роста в 59 странах в 1980-х и 1990-х гг. Их предположение заключалось в том, что более прочные религиозные убеждения стимулируют экономический рост потому, что они помогают поддерживать те аспекты индивидуального поведения, которые обеспечивают более высокую производительность труда.

Индивиды и группы

Группа – это ассоциация двух или более индивидов, которые имеют общее ощущение идентичности и взаимодействуют между собой структурированными способами на основе общего ожидания о поведении друг друга. Социальная жизнь людей – это жизнь в группе. Индивиды объединены в семьи, рабочие группы, общественные группы, рекреационные группы и т. д. Однако, хотя группы имеются во всех обществах, сами общества различаются в той степени, в которой группа рассматривается как первичное средство социальной организации. В одних обществах атрибуты и достижения индивидов считаются более важными, чем членство в группе, а в других – наоборот.

Индивид

Индивидуализм обсуждается как политическая философия. Однако в действительности индивидуализм – это нечто большее. Во многих западных обществах индивид является базовым строительным блоком социальной организации. Такая точка зрения отражается не только в политической и экономической организации общества, но и в том, как люди воспринимают себя и как они устанавливают связи друг с другом в социальной и деловой обстановке. Например, системы ценностей многих западных обществ подчеркивают значение индивидуальных достижений. Социальное положение индивидов определяется не столько тем, на кого они работают, сколько их индивидуальными результатами в любых видах деятельности, которые они выбирают.

Акцент на индивидуальных результатах во многих западных обществах имеет как положительный, так и отрицательный аспекты. В США акцент на личных достижениях находит выражение в преклонении перед махровым индивидуализмом и предпринимательской активностью. Одна из выгод этого заключается в появлении в США и других странах Запада многих талантливых предпринимателей. В США индивидуальные предприниматели регулярно создают новые товары и придумывают новые способы ведения бизнеса. Некоторые утверждают, что динамизм американской экономики во многом обусловлен распространением философии индивидуализма.

Акцент на индивидуализме может также затруднить создание внутриорганизационных команд для выполнения коллективных задач. Если индивиды постоянно конкурируют друг с другом на основе личных достижений, то налаживание сотрудничества между ними может оказаться трудным делом. Исследование конкурентоспособности в США, проведенное Массачусетским технологическим институтом, показало, что американские фирмы страдают в условиях глобальной экономики от плохой способности налаживать сотрудничество как внутри организации, так и между организациями. С учетом значения индивидуализма в американской системе ценностей такие результаты не выглядят удивительными. Хотя присущий американцам акцент на индивидуализме и помогает создавать динамичную экономику, движимую предпринимательской инициативой, он может также повысить издержки ведения бизнеса вследствие негативного влияния на стабильность состава менеджеров фирмы и на сотрудничество между ними.



Группа

В отличие от характерного для Запада акцента на индивиде, во многих других обществах основной единицей социальной организации является группа. Например, в Японии социальный статус индивида в равной степени определяется и статусом группы, к которой он принадлежит, и его личными достижениями. В традиционном японском обществе группой была семья индивида или деревня, в которой он жил. Сегодня группа часто ассоциируется с рабочей группой или коммерческой организацией, к которой принадлежит индивид. В своем классическом исследовании японского общества Накане показал, как это проявляется в повседневной жизни:

Когда японец встречается с другим человеком и сообщает о своем социальном положении, то он стремится в первую очередь назвать организацию, к которой он принадлежит, а не свою профессию. Вместо того чтобы говорить «Я типографский наборщик» или «Я делопроизводитель», он обычно сообщает «Я из Publishing Group» или «Я из S Company».

Далее Накане отмечает, что преобладающее значение группы, к которой принадлежит индивид, часто способствует развитию глубокой эмоциональной привязанности, благодаря которой отождествление с группой занимает центральное место в жизни человека. Это может иметь выгодные последствия для фирм. Утверждается, что прочное отождествление с группой усиливает взаимопомощь и активизирует коллективные действия. Если ценность индивида тесно связана с достижениями группы, что, как отмечает Накане, характерно для Японии, то это создает для членов группы прочный стимул к совместной работе ради общего блага. Некоторые эксперты считают, что успех японских корпораций в глобальной экономике отчасти был обусловлен их способностью к налаживанию тесного сотрудничества внутри фирм и между фирмами. Эта способность нашла выражение в широком распространении в японских организациях самоуправляемых рабочих команд, тесном сотрудничестве между разными функциональными подразделениями и сотрудничестве между компанией и ее поставщиками в решении вопросов дизайна, контроля качества и сокращения материальных запасов. Во всех этих случаях взаимодействие направляется потребностью в улучшении результатов работы группы.

Язык

Язык является одной из определяющих характеристик культуры. Язык не просто позволяет людям общаться друг с другом. Природа языка также структурирует то, как мы воспринимаем мир. Язык, используемый обществом, может направлять внимание его членов на одни особенности мира в большей степени, чем на другие. Классической иллюстрацией этого феномена служит то, что в английском языке имеется всего одно слово для обозначения снега, а в эскимосском языке общий термин для обозначения этого понятия отсутствует вовсе. Но поскольку умение дифференцировать различные типы снега, например порошкообразный снег, падающий снег, влажный снег, играет в жизни эскимосов важную роль, то они для описания разновидностей снега используют 24 слова.

Поскольку язык формирует то, как люди воспринимают мир, он также помогает определять культуру. Страны с более чем одним языком часто имеют более одной культуры. Например, в Канаде присутствуют и англоговорящая, и франкоговорящая культуры. Напряженность между ними может достигать высокого уровня, так как значительная часть франкоговорящего меньшинства требует независимости от Канады, в которой «доминируют говорящие по-английски».

Образование

Формальное образование играет в жизни общества одну из ключевых ролей. Формальное образование позволяет индивидам приобретать многие языковые, концептуальные и мате-



матические навыки, необходимые в современной жизни. Образование также дополняет роль семьи в ознакомлении детей и молодежи с ценностями и нормами современного общества. Ценностям и нормам детей учат как прямым, так и косвенным образом. В школе обычно сообщают основные факты о социальной и политической природе общества и обращают внимание на основные гражданские обязанности. Культурным нормам могут обучать также и опосредованным образом. Уважение к другим, подчинение власти, честность, аккуратность, пунктуальность – вот далеко не полный перечень «неявных предметов», которым учат в школе. Использование системы оценок приучает детей к пониманию важности личных достижений и существования конкуренции.

С точки зрения международного бизнеса важный аспект образования заключается в его роли как детерминанты национального конкурентного преимущества. Наличие достаточного числа квалифицированных и образованных работников является важным фактором вероятного экономического успеха страны. Например, при анализе конкурентных успехов Японии, достигнутых после 1945 г., Майкл Портер отмечал, что после окончания войны Япония не имела практически ничего, кроме квалифицированных и образованных человеческих ресурсов:

«Имея давнюю традицию уважения к образованию, граничащую с благоговением, Япония обладала большим количеством грамотных, образованных и квалифицированных человеческих ресурсов. Япония получила выгоду от наличия большого числа хорошо подготовленных инженеров. Японские университеты выпускают намного больше инженеров на душу населения, чем американские. Первоклассная система начального и среднего образования в Японии действует на основе высоких стандартов и уделяет большое внимание математике и естественным наукам. Начальное и среднее образование характеризуется высокой степенью конкуренции. Японская система образования обеспечивает учащимся получение прочных знаний благодаря использованию новейших образовательных методик. Выпускники японской высшей школы знают математику гораздо глубже, чем большинство выпускников американских колледжей».

Идея Портера заключается в том, что превосходная образовательная система Японии является важным фактором, помогающим объяснить послевоенный экономический успех страны. Хорошая система образования является не только ключевой детерминантой национального конкурентного преимущества, но и важным фактором, влияющим на решения международных фирм о выборе места для создания новых предприятий. Общий уровень образования в стране также служит хорошим индикатором того, какие товары можно в ней продавать и какие средства стимулирования сбыта использовать. Например, страна, 70% населения которой неграмотно, вряд ли окажется хорошим рынком для популярной литературы. Рекламные материалы, содержащие письменные описания массовых товаров, скорее всего, окажутся неэффективными в стране, где почти три четверти населения не умеют читать. В таких ситуациях гораздо лучше использовать рекламные материалы с рисунками.

Выводы

1. Культура представляет собой сложное целое, включающее в себя знания, верования, искусство, мораль, обычаи и все прочее, что приобретают люди как члены общества.
2. Ценности и нормы испытывают влияние политической и экономической философии, социальной структуры, религии, языка и образования.
3. Под социальной структурой общества понимается его базовая социальная организация. Социальные структуры могут различаться по двум измерениям: измерению индивид–группа и степени стратификации.
4. В некоторых обществах индивид является основным строительным блоком социальной организации. В таких обществах превыше всего ставятся индивидуальные достижения. В других обществах базовым строительным блоком социальной организации является группа. Эти общества уделяют главное внимание членству в группе и групповым достижениям.
5. Все общества разделены на классы. В обществах, осознающих разделение на классы, низкая социальная мобильность и высокая степень стратификации. В обществах, обладающих



менее выраженным классовым сознанием, социальная мобильность высока, а степень стратификации незначительна.

6. Религию можно определить, как систему общих верований и ритуалов, имеющих отношение к высшим силам. Под этической системой понимается совокупность моральных принципов и ценностей, используемых для того, чтобы формировать и направлять поведение.

Крупнейшими мировыми религиями являются христианство, ислам, индуизм и буддизм. Хотя конфуцианство и не является религией, оно оказывает на поведение столь же глубокое влияние, как и многие религии. Системы ценностей разных религий и этические системы имеют разные подразумеваемые последствия для практики бизнеса.

7. Язык является определяющей характеристикой культуры. Он имеет разговорное и невербальное измерения. В странах с более чем одним разговорным языком обычно имеется более одной культуры.

8. Формальное образование – это то средство, которое позволяет индивидам приобрести определенные умения и усвоить ценности и нормы, принятые в обществе. Образование играет важную роль в создании национального конкурентного преимущества.