

Секція: Стратегічні орієнтири забезпечення функціонування бізнесу

Калініченко Олена Олександрівна

к.е.н., доц.

Стриж Артем Віталійович

студент спеціальності 073 Менеджмент

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ДІЛОВІ КУЛЬТУРИ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

У ХХІ столітті глобалізація, розвиток цифрових технологій і зростання мобільності призвели до активного зростання міжнародної ділової співпраці. У цих умовах знання й урахування особливостей ділової культури різних країн стало одним із ключових факторів успішного функціонування бізнесу на міжнародній арені.

Ділова культура охоплює сукупність норм, цінностей, традицій і моделей поведінки, які впливають на спосіб ведення переговорів, прийняття рішень, побудову комунікацій та управління персоналом у певному суспільстві. Вона є відображенням загальної культури нації, її історичних, релігійних і соціальних особливостей. Для транснаціональних корпорацій і підприємців, які працюють на кількох ринках, здатність адаптуватися до локальних культур стає не просто перевагою, а життєво необхідною умовою.

Одним із найвідоміших теоретиків у сфері міжкультурного менеджменту є Герт Хофстеде. Він виділив шість ключових вимірів ділової культури:

1. Дистанція до влади – рівень прийнятності нерівності в розподілі влади.
2. Індивідуалізм проти колективізму – чи домінує інтерес особистості чи групи.
3. Уникнення невизначеності – ступінь толерантності до неоднозначних ситуацій.

4. Маскулінність проти фемінінності – орієнтація на досягнення чи на якість життя.

5. Орієнтація на довгострокову чи короткострокову перспективу.

6. Потурання проти стриманості – рівень контролю емоцій.

Ці виміри дозволяють порівняти культурні моделі різних країн і краще прогнозувати поведінку партнерів, клієнтів чи працівників.

Наприклад, у країнах з високою дистанцією до влади (Китай, Індія) очікується, що керівник приймає остаточні рішення, тоді як у країнах з низькою дистанцією (Швеція, Данія) переважає колегіальність та горизонтальні структури.

Інший відомий підхід – класифікація Річарда Льюїса, який розподіляє культури на: моноактивні (Німеччина, Швейцарія), поліактивні (Італія, Іспанія) та реактивні (Японія, Корея). Ця типологія особливо корисна для адаптації стилю ведення переговорів.

Реальний міжнародний бізнес вимагає від підприємств знання не лише формальних законів країни, але й негласних правил поведінки. Наприклад, у мусульманських країнах важливо враховувати релігійні традиції (час молитви, обмеження у їжі), а у США – дотримання правових норм щодо рівності, недискримінації та толерантності.

Успішні міжнародні компанії впроваджують тренінги з міжкультурної комунікації, використовують локалізацію реклами, адаптують бізнес-процеси до локального стилю ведення справ. Наприклад, McDonald's у кожній країні адаптує меню та маркетинг до місцевих смаків і культурних уподобань.

Для українських компаній, які прагнуть розвивати експортну діяльність або відкривати представництва за кордоном, необхідно формувати міжкультурну компетентність персоналу. Це включає:

- знання культурних особливостей цільового ринку;
- навички міжкультурної комунікації;
- готовність до гнучкості у переговорах;

- розвиток емоційного інтелекту.

Ділова культура — це не другорядний чинник, а стратегічний елемент міжнародного бізнесу. Її врахування дозволяє уникати непорозумінь, зміцнювати партнерські зв'язки, формувати позитивний імідж компанії на світовій арені. У сучасних умовах турбулентності та динамічних змін саме культурна адаптивність є запорукою успіху.

Отже, для України, яка все активніше інтегрується у світову економіку, розвиток міжкультурної компетентності у підприємницькому середовищі має стати пріоритетом не лише на рівні компаній, а й освітніх закладів, які готують майбутніх фахівців міжнародного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Хофстеде Г. Культурні наслідки: міжнародне порівняння цінностей, поведінки, інститутів і організацій. – К.: Основи, 2010.
2. Lewis R. D. When Cultures Collide: Leading Across Cultures. – Nicholas Brealey Publishing, 2018.
3. Морозова І. Міжкультурна комунікація в міжнародному бізнесі. – Економіка. Управління. Інновації. 2021. №3(27).
4. Мартинюк І. Міжнародна ділова етика та культура. – Львів: Вид-во ЛНУ, 2020.
5. Томас Д., Пітерсон М. Міжкультурна ефективність. – Київ: КМ-Business, 2017.