

УДК 339.9(100):008(477-4)

Слейко І.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Львівського національного університету імені Івана Франка

ЗНАЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ У ЗДІЙСНЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРЕДСТАВНИКАМИ РІЗНИХ КРАЇН СВІТУ

THE SIGNIFICANCE OF NATIONAL CULTURE IN THE IMPLEMENTATION OF ECONOMIC ACTIVITY BY REPRESENTATIVES OF DIFFERENT COUNTRIES OF THE WORLD

АНОТАЦІЯ

У статті визначено загальні характеристики явища культури, подано її основні моделі. Проаналізовано основні параметри, за якими можна здійснити вимірювання та порівняння національних культур. Зокрема, детально розглянуто параметри культури Е. Холла. Охарактеризовано можливий вплив національної культури на ведення міжнародного бізнесу.

Ключові слова: культура, національна культура, модель культури, культурні параметри, економічна діяльність, міжнародний бізнес.

АННОТАЦИЯ

В статье определены общие характеристики явления культуры, представлены основные ее модели. Проанализированы основные параметры, с помощью которых можно осуществлять измерение и сравнение национальных культур. В частности, детально рассмотрены параметры культуры Е. Холла. Охарактеризовано возможное влияние национальной культуры на ведение международного бизнеса.

Ключевые слова: культура, национальная культура, модель культуры, культурные параметры, экономическая деятельность, международный бизнес.

ANNOTATION

The paper presents general characteristics of the phenomenon of culture based on the model of culture. Besides, the main parameters by which national cultures can be measured and compared are analyzed. In particular, the parameters of E. Hall are considered in detail. The possible affect of national culture on international business is also characterized.

Keywords: culture, national culture, model of culture, parameters of culture, economic activity, international business.

Постановка проблеми. Процеси інтернаціоналізації та глобалізації, що відбуваються у міжнародній економіці, є рушійною силою змін у сучасному суспільстві та визначальним чинником, який впливає на умови господарської діяльності економічних суб'єктів. Водночас відбувається інтенсифікація ділових зв'язків із представниками різних країн, кожен з яких є носієм певної національної культури. У результаті такої взаємодії виникає явище зіткнення культур, що полягає у неможливості реалізації цілей та завдань господарської діяльності через існування значних культурних відмінностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням впливу національної культури на ведення економічної діяльності займалися багато зарубіжних учених, зокрема: Г. Хофстеде, Р. Гріффін, М. Пастей, Е. Холл, Ч. Хемпден-Тернер, Ф. Тромпернарс, Р. Льюїс, Ю. Латов,

І. Невлева та ін. Серед вітчизняних учених низку досліджень здійснили А. Ліпенцев, В. Князев, Н. Нижник, Ю. Палеха, Ю. Петрушенко, О. Приятельчук та ін.

Більшість дослідників у сфері крос-культурної взаємодії суб'єктів господарювання схиляється до думки, що спорідненість культур позитивно впливає на збільшення обсягів міжнародного співробітництва. Натомість культурні відмінності є перешкодою на шляху до ефективних міжнародних економічних відносин. Подолати ці відмінності можна через вивчення національних культурних категорій, урахування параметрів національної культури. Знання культур різних країн світу дає змогу більш удамо реагувати на несподівані дії партнерів у міжкультурній комунікації та уникати можливих конфліктів під час співпраці з представниками інших країн.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Узагальнення поняття національної культури та дослідження її ролі у здійсненні економічної діяльності представниками різних країн.

Мета статті полягає у ґрунтовному аналізі визначення поняття культури, культурних відмінностей населення певних територій, країн, регіонів та значення феномену національної культури у здійсненні економічної діяльності між представниками різних країн.

Виклад основного матеріалу дослідження. Культура являє собою вкрай складне і багатогранне явище, що виражає всі боки людського буття, включає в себе все те, що створено людським розумом і руками. Власне тому культура вивчається цілою низкою наук: соціологією, історією, антропологією, лінгвістикою, етнологією тощо. Кожна з наук виділяє як предмет свого вивчення одну з її частин, підходить до її вивчення зі своїми методами і способами, формулюючи при цьому своє розуміння і визначення культури [1].

Можна виділити певні загальні характеристики явища культури [13]:

1. Культура – це узагальнення суспільних досягнень, включаючи матеріальні та духовні реалії, створені творчою працею людини.

2. Культура – це система цінностей, знань, звичаїв, вірувань, моральних та законодавчих норм і принципів людської діяльності та суспільних інститутів.

3. Культура – це спосіб духовного освоєння дійсності, вид людської діяльності, в якій культурні цінності не тільки освоюються, а й створюються та постійно змінюються.

Р. Гріффін та М. Пастей зазначають, що культура являє собою сукупність цінностей, вірувань, норм поведінки, звичок та уявлень, які зумовлюють існування різноманітних соціальних спільнот [18].

Г. Хофстеде визначає національну культуру як колективне програмування свідомості, що відрізняє членів однієї групи від іншої [11, с. 6]. На думку вченого, програмування свідомості відбувається на трьох рівнях: універсальному, колективному та особистому (рис. 1). Універсальний рівень є найбільш загальним та відповідає за ті ознаки, що характерні для людини як виду загалом. Проте існують певні характеристики, що притаманні тільки для певної групи людей – це колективний рівень програмування. До ознак людини, що формуються на колективному рівні, належать мова спілкування, невербальні засоби комунікації, ставлення до старших, особливості харчування тощо. Особистий рівень є найбільш унікальним, оскільки відповідає за риси, притаманні тільки певному конкретному індивіду. Особисті якості визначають поведінку людини у межах колективної культури [11, с. 6].



Рис. 1. Рівні програмування свідомості згідно із Г. Хофстеде [11]

На рисунку вище можна помітити, що риси, притаманні індивіду, можуть бути як успадковані, так і набуті в процесі навчання. Натомість на колективному рівні більшість людських характеристик розвивається у процесі взаємодії з іншими. Ці ознаки залежать також від зовнішніх факторів, що впливають на особливості існування певної групи. Яскравим прикладом формування таких колективних ознак є культура американського суспільства. Цінності, які притаманні США, не є результатом спадковості, оскільки були сформовані внаслідок імміграції ініціативних особистостей, яких не задовольняли умови життя у рідній країні [2]. Цим пояснюється також найвищий показник індивідуалізму у США порівняно з іншими країнами [11, с. 18].

Для кращого розуміння багатогранного феномена культури використовується також тривірнева концепція культури (рис. 2). Вона передбачає виділення трьох елементів, які формують культуру: верхній рівень – артефакти, нижній – цінності та норми, а найнижчий – базові переконання [16, с. 18]. Ці три елементи перебувають у постійній взаємодії між собою та формують один одного.

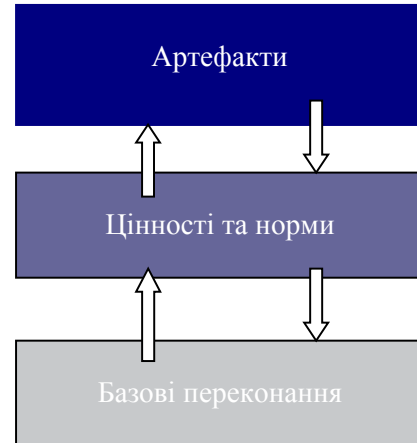


Рис. 2. Тривірнева модель культури [16]

Артефакти – це очевидні елементи культури, такі як вербальні, невербальні та паравербальні засоби комунікації, одяг, специфіка харчування тощо. Артефакти знаходяться на вищому рівні порівняно із цінностями та базовими переконаннями, оскільки вони є найбільш помітними [6].

Під цінностями у цій моделі маються на увазі абстрактні категорії, що сигналізують про наявність особливого ставлення щодо певної ситуації та її оцінки. Цінності виникають за рахунок закріплення дій і накопичення досвіду, які сприяли вирішенню життєвих проблем окремого соціуму. На основі постійних або час від часу повторюваних дій відбувається легітимізація певного стилю поведінки. Тобто об'єктивній реальності приписується законність або цінність, яка сповіщає про правильність чи хибність того чи іншого явища або вчинку. Крім того, цінності можуть сприяти виникненню стереотипів і упереджень щодо інших культур [6].

Норми – це загальний підхід, вироблений групою, до того, що є «правильним» чи «неправильним» [8, с. 362]. На формальному рівні норми можуть перетворюватися у письмові закони, на неформальному – стають способами соціального контролю. Якщо цінності тісно пов'язані з ідеалами, то норми багато в чому мають розпорядчий характер, їх необхідно дотримуватися.

Тобто кожній національній культурі відповідає певна, тільки їй притаманна система цінностей. Кожне нове покоління, переймаючи цінності та переконання попереднього, відтворює культурну спадщину своєї країни. При

цьому «трансляються» не тільки поведінкові стереотипи, а й способи і моделі управління, що відрізняють одну країну від іншої [7].

Отже, національна культура – це результат поступового розвитку соціально-історичного процесу, який відбувається незалежно від волі окремих особистостей. Національна культура формується в межах певного суспільства та характеризує людей, які до нього належать. Якщо узагальнити, то можна зробити висновки, що національна культура:

- визначає спосіб життя, цінності та переконання, що існують у суспільстві;
- пояснює взаємовідносини між членами суспільства та їх ставлення один до одного;
- визначає моделі управління різними інституціями, взаємовідносин між групами та різноманітними організаціями.

Варто також відзначити основні риси, що притаманні національній культурі. До них належать:

1. Відносність культури. Не існує позитивних чи негативних оцінок стосовно певної національної культури. Варто уникати абсолютних суджень, оскільки представникам певної культури притаманні своє сприйняття світу та розуміння стосовно прийнятності та неприйнятності певної поведінки. Наприклад, в Японії та Туреччині не можна заходити у приміщення взутим, тоді як для США така поведінка є нормою [15, с. 129].

2. Культура – це колективне явище і не стосується поведінки окремих індивідів.

3. Культура не успадковується, а формується в результаті соціальної взаємодії, що впливає на спосіб мислення та тип поведінки, притаманні для суспільства загалом. Наприклад, на виховання дітей у США значний вплив має протестантизм, що відстоює індивідуалістські цінності [2, с. 36]. Натомість у Китаї велике значення має конфуціанство, що вчить відповідальності перед родиною, групою та суспільством [15, с. 129].

Проте жодна культура не існує ізольовано, а постійно звертається до досвіду інших культур. Це звернення до цінностей та норм поведінки інших народів отримало назву «взаємодія культур» [3, с. 22]. Для сучасного етапу розвитку міжнародних відносин характерним є посилення взаємодії національних культур, що пов'язано з глобальними змінами в економіці: появою нових світових ринків, що розвиваються, широким розповсюдженням інформаційних технологій, постійними процесами злиття, поглинання і створення нових підприємств тощо.

Взаємодія культур призводить до впливу однієї національної культури на іншу. Для ефективної співпраці на міжнародних ринках необхідним є формування спільних принципів та правил, якими могли би користуватися суб'єкти міжнародних відносин [8, с. 362]. Тобто взаємодія національних культур формує

глобальну культуру, так само як особисті переконання, цінності та норми кожної людини творять культуру групи, до якої вона входить. Зміни у національній культурі впливають на формування глобального середовища, яке нині характеризується процесами лібералізації міжнародних економічних відносин, утвердженням принципів свободи вибору та поваги прав людини, відкритістю національних економік тощо [10].

Утворення міжнародних організацій відбувається внаслідок приєднання до них інституцій, які діють на національному та локальному рівнях. Кожна з національних інституцій, яка діє на міжнародній арені, робить свій внесок у функціонування глобальних інституцій, оскільки виникає потреба в її взаємодії з іншими суб'єктами міжнародних відносин [14].

При цьому відбувається постійний взаємовплив між культурами різних рівнів: індивідуальними цінностями, культурою групи, організаційною, національною та глобальною культурами (рис. 3). Процеси взаємодії та взаємозалежності різних рівнів культури пояснюються за допомогою динамічної моделі.

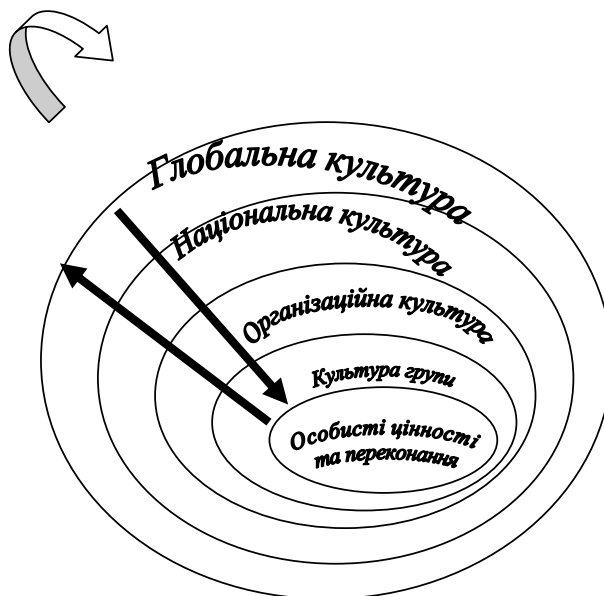


Рис. 3. Динамічна модель культури [8, с. 363]

Динамічна модель, зображена на рис. 3, також показує, що світові глобальні процеси є причиною змін національних та організаційних рівнів культури, які визначають принципи та норми існування суспільства кожної країни та групи людей. Наприклад, багатонаціональні компанії, які діють на світовому ринку, розробляють спільні правила та норми, що дають змогу досягати ефекту синергії від поєднання переваг різних фірм, дочірніх підприємств та регіонів світу загалом. Відповідно, ці норми та правила трансляються до рівня місцевих організацій, що входять до складу мультинаціональних компаній, а згодом впливають на

способи ведення господарської діяльності національними та місцевими організаціями.

Саме тенденції інтернаціоналізації та глобалізації світогосподарських зв'язків зумовили посилення інтересу до вивчення феномена національної культури, який впливає на міжнародні економічні відносини. Хоча згадана вище динамічна модель припускає адаптацію національних суб'єктів та груп до спільної глобальної культури, незаперечним є твердження, що культурні відмінності впливають на ефективність співпраці учасників міжнародних відносин [4]. При цьому важливим є не той факт, наскільки значні культурні відмінності. Набагато більше значення має те, наскільки особливості певної культури беруться до уваги під час взаємодії суб'єктів економічних відносин [8, с. 368].

Чи не найбільшого поширення та авторитету в ХХ ст. отримали праці Е. Холла. Вчений сфокусував свою увагу на способах комунікації, наявних у культурі, й описав чотири параметри, за якими можна порівняти культурні соціуми: контекст, часові рамки, особистий простір та інформаційний потік [3, с. 192].

1. Контекст, або кількість інформації, необхідної для успішної передачі повідомлення чи здійснення комунікації. Відповідно до цього параметра, Е. Холл розрізняє низько- та висококонтекстові культури (рис. 4).

У країнах із висококонтекстовою культурою існує велика мережа соціальних взаємозв'язків усередині родин, між друзями, колегами, замовниками і т. д., тут відбувається постійний жвавий обмін інформацією. Наявність такого постійного інформаційного обміну призводить до того, що додаткова комунікація часто буває зайвою через зрозумілість контексту. У суспільствах із такими видами культур, наприклад у Китаї, працівники можуть працювати тільки на основі усної угоди. За наявності письмового контракту не завжди можна очікувати, що в

ньому містяться всі деталі. Контракт може бути легко переглянутий за допомогою нової усної угоди між працедавцем та працівником, продавцем і покупцем тощо.

Для США, Великобританії і Скандинавських країн характерна низькоконтекстова культура. Соціальна мережа тут не дуже щільна, тому для комунікації необхідна додаткова інформація. На відміну від суспільств із тісними соціальними зв'язками в таких країнах, як Німеччина чи Швейцарія, всі умови контракту детально записуються, що дає змогу уникнути невизначеності у майбутньому [17, с. 210].

2. Параметр часу або часових рамок.

Відповідно до цього параметру Е. Холл розрізняє монохромні та поліхромні культури. У монохромних культурах час розподіляється у такий спосіб, що в один і той же його відрізок можливий тільки один вид діяльності, тому одна справа йде за іншою, як ланки одного ланцюга. Для цих культур характерно обумовлення точного часу для проведення ділових зустрічей, велике значення надається поетапності дотримання плану зустрічі і переговори зазвичай не перериваються. Розпорядок денний повністю відповідає установленим графікам. Для успішного проведення ділової зустрічі найвагоміше значення має попередня домовленість про неї. При цьому час розглядається як невідновлюваний ресурс, який потрібно економити, зберігати, розподіляти тощо [15, с. 140]. Така система використання часу панує в Німеччині, США, низці північноєвропейських країн.

У поліхромних культурах велике значення надається не дотриманню умов домовленості щодо часових рамок зустрічі, а безпосередньо спілкуванню між людьми та вирішенню, таким чином, поставлених проблем. До типових поліхромних культур належать Латинська Америка, країни Близького Сходу і Середземномор'я, Росія.

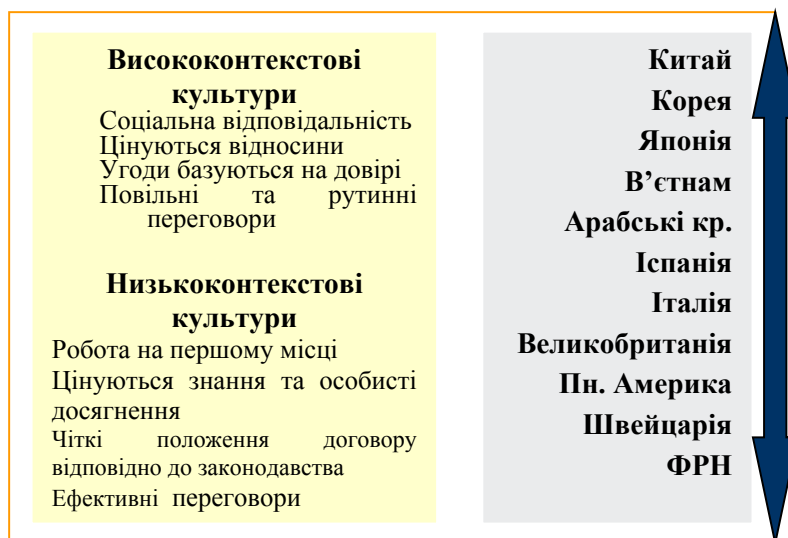


Рис. 4. Модель Е. Холла: високо- та низькоконтекстові культури [15, с. 138]

Як правило, на основі різного ставлення до часу виникає багато конфліктів та непорозумінь. Тут важливо завжди пам'ятати, що на вчинки людей з іншої системи часу не можна реагувати так само, як на ті ж вчинки людей зі своєї часової системи. Іншими словами, менеджер, який не розуміє відмінностей у сприйнятті часу представниками різних культур, ризикує зруйнувати навіть тривалі партнерські відносини.

3. Особистий простір під час здійснення комунікації.

Е. Холл був одним із перших дослідників у галузі вивчення просторових потреб людини і визначив істотні їх відмінності для представників різних культур. Для здійснення міжкультурної комунікації важливу роль відіграють просторові зони, що розділяють осіб, які ведуть переговори один з одним чи просто перебувають у ділових стосунках.

У Латинській Америці, середземноморських і деяких арабських країнах просторові зони, як правило, менші, ніж у Західній Європі, Північній Америці та Австралії [15, с. 141].

4. Інформаційний потік.

Інформаційний потік характеризується структурою і швидкістю передачі повідомлень між індивідами і/або групами. Цей показник разом з усіма розглянутими вище параметрами утворює єдиний комплекс причин, що визначають поведінку людини в рамках певної культури. В одних культурах інформація поширюється повільно, цілеспрямовано, по спеціально призначених каналах. В інших – система розповсюдження інформації діє швидко і широко, викликаючи відповідні зворотні реакції [3, с. 198].

Наприклад, у північноєвропейських країнах, а особливо в Німеччині, які належать до монохромних культур із низьким контекстом, усе повинно мати свою структуру і порядок, а простір для особистісної ініціативи є незначним [9]. Люди тут залучені у потік інформації, перевантажений найдрібнішими деталями. Для того щоб сприйняти таку кількість інформації, потрібне введення великого числа правил, що регулюють її поширення.

Дослідження Е. Холла, як і більшості культурологів, що займаються вивченням культурних відмінностей та їх впливу на ведення міжнародного бізнесу, являло собою аналітичне дослідження, яке мало велике значення для розуміння основних характеристик управлінських культур світу. Проте питання про кількісні параметри, необхідні для аналізу такого складного явища, як культура, залишалося недостатньо вивченим. Однією з перших робіт, які емпірично досліджували культуру із застосуванням статистичного матеріалу, стала праця Г. Хофстеде.

На початку 70-х років ХХ ст. психолог Гірт Хофстеде провів дослідження ділової культури робітників і менеджерів міжнародного кон-

церну ІВМ. Нідерландським ученим було проведено анкетування працівників різних відділів цієї компанії, розташованих у 72-х країнах світу [5, с. 17]. Результатом дослідження стало виділення чотирьох параметрів для вимірювання та порівняння національних культур, а саме [12]:

1. Дистанція влади, або ступінь, до якого члени суспільства автоматично сприймають ієрархію або нерівний розподіл влади в організаціях і суспільстві.

2. Уникнення невизначеності, або ступінь готовності членів даного суспільства мати справу з невизначеністю, йти на ризик у повсякденному житті, їх бажання співпрацювати радше з давніми знайомими і друзями, ніж із незнайомими людьми.

3. Індивідуалізм/колективізм, або ступінь готовності індивіда діяти всередині або поза групою, підкорятися їй або бути вільним від групового тиску.

4. Мужність/жіночість – як передумова диференціації соціальних ролей суб'єкта й основа встановлення ціннісних переваг у суспільстві.

Згодом було додано ще один параметр вимірювання культури – індекс довгострокової орієнтації, що виявляється у погляді на майбутнє та в наполегливості стосовно досягнення цілей, та параметр індульгенції.

Висновки. Отже, зростання взаємовпливу культур у процесі глобалізації світогосподарських зв'язків робить питання щодо культурної самобутності та культурної різноманітності надзвичайно актуальним. Для того щоб зрозуміти один одного і досягти взаємного визнання, необхідно вміти розрізняти та поважати культурні особливості народів світу.

Особлива заслуга таких учених, як Г. Хофстеде, Ф. Тромпернарс та Е. Холл, полягає у розробленні моделей, в основу яких покладено різноманітні культурні вимірники, що дають змогу охарактеризувати й описати домінуючі ціннісні системи представників різних країн та етнічних груп. Це дає змогу оцінити значущість впливу культури на міжнародні економічні відносини, ведення міжнародного бізнесу, з'ясувати взаємозалежність між культурою та моделями державного та організаційного управління тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Безклубенко С.Д. Етнокультурологія: критичний аналіз наукових та методологічних засад. К.: Наука-Сервіс, 2002. 286 с.
2. Гаврилишин Б.Д. До ефективних суспільств: дороговкази у майбутнє: доповідь Римському Клубові; упоряд. В. Рубцов; вид. 3-є, доп. К.: Пульсари, 2009. 248 с.
3. Основы межкультурной коммуникации / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. М.: Юнити-Дана, 2003. 352 с.
4. Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. М.: Дело, 1999. 440 с.

5. Мясоедов С. Основы кросс-культурного менеджмента. Как вести бизнес с представителями других стран и культур? М.: Дело, 2003. 256 с.
6. Безуглова Н.П., Уваров В.В. Основы менеджмента: межкультурный менеджмент. Бизнес-курс MBA. URL: <https://eknigi.org/biznes/39790-osnovy-menedzhmenta-mezhkulturnyj-menedzhment.html>.
7. Приятельчук О.А. Еволюція та теоретико-методологічне становлення кроскультурного менеджменту. Зовнішня торгівля, право та економіка. 2006. № 4. С. 131–135.
8. Culture and international business: recent advances and their implications for future research / L. Kwok, S. Bhagat, N. Buchan. *Journal of International Business Studies*. 2005. № 36. С. 357–378.
9. Gelfand M.J., Dyer N. Cultural perspectives on negotiation: Progress, pitfalls, and prospects. *Applied Psychology: An International Review*. 2000. № 49. P. 62–99.
10. Gupta A.K., Govindarajan V. Knowledge flows within multinational corporations. *Strategic Management Journal*. 2000. № 4. P. 473–496.
11. *Cultures and Organizations: Software for the Mind* / G. Hofstede, G.J. Hofstede, M. Minkov; 3rd ed. New York: McGraw-Hill, 2010. 578 p.
12. Hofstede G. Compare countries. Hofstede Insights. URL: <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>.
13. Md. Joynal Abdin. Impact of culture on international marketing. Individual research study. 2008. 22 p. URL: <http://ssrn.com/abstract=1267863>.
14. Inglehart R., Baker W.E. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*. 2000. № 1. P. 19–51.
15. Prusaitis S. The Cultural Environment of International Business. CAVUMC. 2007. Ch. 5. P. 124–157.
16. Schein Edgar H. *Organizational culture and leadership*; 3rd ed. San Francisco: Jossey-Bass A Wiley Imprint, 2004. 458 p.
17. *Organisational behavior: paperback* / J.R. Schermerhorn, Jr., J.G. Hunt, R.N. Osborn; 7th ed. USA: John Wiley & Sons, Inc., 2002. 358 p.
18. Schneider S.C., Barsoux J-L. *Managing across cultures: paperback*; 2nd ed. UK: Pearson Education Ltd, 2003. 260 p.