

БИЗНЕС КУЛЬТУРА: БОЛЬШЕ, ЧЕМ ЭТИКЕТ

Е. Д. Тарайковская, Е. А. Кузнецова, К. В. Фомкин

По мере ускорения процессов глобализации, совершения значительных сдвигов во всех сферах человеческой деятельности от экономики до культуры, характерной чертой современного бизнеса становится сложное взаимодействие национального и интернационального, внутри – и внеорганизационного, что ведёт к формированию так называемой кросс-национальной деловой культуры, принципы и правила которой признаются большинством бизнесменов мира. В то же время бизнес культура во многом продолжает ассоциироваться только лишь со сводом правил этикета для каждой отдельно взятой страны. Эта работа направлена на исследование глубинных различий, как в организационном, так и в интернациональном контекстах бизнес культуры.

Целью работы являлось представление обоснованной классификации бизнес культуры с точек зрения внутриорганизационного менеджмента, психологии, а также на уровне национальных культурных различий. Объектом исследования выступила бизнес культура в контексте внутриорганизационных и национальных культурных различий. Характеристики современной мировой экономики поставили на повестку дня вопрос о влиянии национальных культур разных стран на международную предпринимательскую деятельность; влиянии внешнем – на уровне взаимодействия с заказчиками, поставщиками и т.д., и внутреннем – между сотрудниками предприятия. Изучение феномена бизнес культуры, анализ возможностей и ограничений, которые несут в себе культурные константы, пока единичны в отечественной бизнес практике. Но шагающая впереди мировая практика свидетельствует о перспективности управления оргкультурой предприятия с учетом особенностей национальных культур его сотрудников. Знание и понимание процессов, происходящих на данной почве, а не поверхностное представление о правилах бизнес этикета способствует повышению конкурентоспособности в новом окружении. Материал работы структурирован и наглядно представлен в виде видеофильма, полного утрированного юмора, доведённого до гротеска, значение которого в раскрытии внутренних возможностей студентов сложно переоценить: обучение без страха и давления, получение теоретических знаний через практическую реализацию также являются новейшими веяниями в педагогических дисциплинах. Неординарный

подход к интерпретации вполне реальных жизненных ситуаций делает фильм ярким и запоминающимся.

Бизнес культура для любого предприятия действительно представлена на внутренним и внешним полем, каждое из которых имеет свои законы и специфические черты. В этой связи необходимо признать перспективность изучения и взвешенного сочетания позитивных составляющих оргкультур отечественных и иностранных компаний. Поскольку на основании международного сотрудничества и различий в национальных культурах сотрудников потенциально может возникнуть синергетический эффект, следует увязывать стратегию развития компании, ее управление и оргкультуру на основе присущей ей бизнес культуры.

Полученные данные актуальны в связи с ростом сотрудничества белорусских и иностранных производителей. Работа будет интересна студентам экономических специальностей, изучающим менеджмент и английский язык. Видеофильм также может быть использован в качестве учебного материала в курсе лекций и практических занятий по английскому языку для экономических специальностей.