

ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС В ИХ РЫНОЧНОЙ КОМБИНАЦИИ

Рыжанкова О. В. (Белорусский государственный экономический университет, г. Минск)

Необходимость международного взаимодействия в хозяйственной деятельности требует все большего взаимопроникновения в культурные, национальные и иные особенности, которые не в состоянии нивелировать даже общие интересы бизнеса. В этом контексте деловые культуры все более предстают как комбинированные производственные ресурсы, как потенциал ведения бизнеса, как фактор, с помощью которого возможно обрести и удерживать социальные связи, а вместе с ними и экономические преимущества. Речь идет о ситуации, когда субъекты международного бизнеса являются и субъектами деловых культур. Причем не с одной или другой стороны, а одновременно. И это

комбинирование предопределяется рынком, а точнее бизнес-коммуникациями на международном рынке:

- масштабом сделок и их объемами;
- национальной спецификой клиентов и других стейкхолдеров;
- приемлемостью затрат на обучение менеджеров;
- окупаемостью этих затрат в виде долгосрочного сотрудничества;
- потерей рынков при неподготовленности переговоров;
- другими проявлениями взаимодействия.

Следует заметить, что игнорирование данного единства способно превратить представителя международ-

ного бизнеса в объект воздействия деловой культуры партнера, что, в конечном счете, может привести к снижению репутации и значимости в деловом мире и даже оказаться плохой кредитной историей.

Комбинирование международного бизнеса и деловых культур в нашем представлении являет собой два параллельных потока:

1. Комбинирование персонального взаимодействия работников фирмы с другими стейкхолдерами (держателями интереса) и действием других факторов производства (в особенности информации) – процесс, выявляющий ключевые компетенции, творческие инициативы людей и тому подобные личностные характеристики.

2. Взаимодействие фирм в международном бизнесе, что является материализованным в длительные взаимоотношения коллективный опыт международного сотрудничества, – процесс, обнаруживающий ценность корпоративного гражданства (социальной ответственности) и факторы устойчивости экономического развития общества.

На оба эти потока, безусловно, оказывает влияние пресловутая «невидимая рука» международного рынка, обнаруживая как положительные, так и отрицательные стороны установления такого взаимодействия. Однако сам по себе рынок, дистанцирующийся от ценностей традиционного общества (демократии, соблюдения прав человека и др.), не в состоянии создать и сохранить преимущества социального взаимодействия. По мере их убывания в развитии международного бизнеса доминирующими становятся те взаимодействия, которые обуславливают отрицательное содержание рыночной экономики, когда:

а) выгода становится выше закона и правопорядка: нужная власть покупается и контролируется оплатой средств, формирующих общественное мнение;

б) финансовый капитал замыкается сам в своем обороте, господствуя и самовозрастая уже вне всякой связи с экономикой.

Данные отрицательные предпосылки присутствуют в международном бизнесе практически всегда и при любых обстоятельствах и нарастают по мере увеличения масштабов рыночного хозяйствования. Поло-

жительные же стороны рыночной системы могут появиться и эффективно воплотиться лишь при наличии определенных усилий со стороны субъектов международного бизнеса, каковыми можно считать и те субъекты, которые необходимы для овладения и проявления деловой культуры. И здесь важно обратить внимание на то, что при всевозрастающей концентрации капитала зачастую недооцениваются капиталовложения в главную производительную силу – в человеческий капитал. Очевидно, что без содействия развитию человеческого капитала приходится расплачиваться все большей долей материально-вещественных ресурсов. С учетом наличия такого рода дополнительных рисков ведения внешнеэкономической деятельности, можно предположить, что объединение международного бизнеса с развитием деловых культур способно положительно сказаться как на ведении собственно бизнеса, так и на обществе в целом. Материализация этого единения в обществе может сказаться:

- в духовно-психологическом плане: произойдет оздоровление самих потребностей, которые предопределяют оздоровленный же рыночный спрос – станет непозволительно желать низкого и обманного;

- в гуманизации отношений в обществе: востребованности помощи, обратной связи и встречных инициатив по оказанию помощи людям, с которыми установлено взаимодействие, причем все это – в расширяющихся масштабах;

- в укреплении этического фундамента конкуренции навыками проявления высокого сознания при деловой коммерческой активности;

- в создании предпосылок для функционирования международного бизнеса в условиях главенства закона и правопорядка на рынке.

Данные элементы-предпосылки фактически коренятся в духовной сфере, подкрепляются религией и являются наследием традиционного общества. Однако какими бы фундаментальными они не являлись для обеспечения положительных качеств либерализации рынка, все эти элементы отсутствуют (не возникают) в обществе, где смысл жизни человека состоит в удовлетворении своих потребностей с минимальными затратами усилий.