Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Экономический Факультет

**Реферат**

**на тему:**

**«Сравнение деловых культур России и США»**

**Студент 415 гр.
Бровкин Александр**

**Москва**

**2005**

# Содержание

Введение 3

Сравнение деловых культур России и США 4

Дифференцирующий подход (различия) 4

Интегрирующий подход (сходства) 8

Заключение 9

Список литературы: 10

# Введение

**Деловую культуру** можно определить как «характеристику хозяйственной деятельности, ориентированной на получение прибыли в процессе взаимодействия с другими участниками экономических отношений».

Люди разных культур пользуются одними и теми же основными понятиями, но вкладывают в них разный смысл. Это определяет особенности их поведения, которое часто представляется нам иррациональным и противоположным тому, что мы считаем очевидным. Поведение других народов имеет свои причины. Здесь существуют свои характерные черты, закономерности и традиции.

Внимание к культурным корням и национальным особенностям других людей, как в обществе, так и в сфере бизнеса позволит нам предвидеть и удивительно точно просчитать то, как они будут реагировать на наши предложения. Более того, мы сможем в определенной степени предсказать их отношение к нам. Практическое знание базовых черт других культур сведет к минимуму неприятные сюрпризы, даст нам необходимое понимание, которое позволит преодолеть трудности общения с представителями других стран.

Огромное количество сделок в мире ежедневно срывается из-за того, что либо один из участников, либо оба пытаются заставить партнеров при­нять чужое видение мира, чужие «правила игры», навязать свои нормы пове­дения. При этом каждый из них убежден, что партнер отказывается от них либо просто по какому-то недоразумению, либо за­мыслил что-то, желая заманить на «свою площадку».

**Цель данной работы** — рассмотреть российскую деловую культуру в сопоставлении с деловой культурой основного делового партнера России — США.

# Сравнение деловых культур России и США

Сравнение деловых культур построено на основе двух подходов: диф­ференцирующего, ориентированного на выявление различий, и интегрирую­щего, ориентированного на поиск сходства.

Выбор американской деловой культуры обус­ловлен очевидными причинами:

1. США в силу ряда причин является лидирующей, а в отдельных регионах мира доминирующей, своеобразным законодателем «правил игры».
2. Американская деловая культура представляет собой синтез разных ведущих деловых культур мира (британской, голландской и германской).
3. Американский капитал занимает первое место в современ­ной России и по объему инвестиций, и по количеству СП.

## Дифференцирующий подход (различия)

Для сравнения деловых культур ученые используют сравнительный профиль деловых культур. По общему мнению теоретиков и практиков наиболее важными являются девять параметров: 1) коллективизм – инди­видуализм; 2) ориентация на людей, участвующих в совместной деятельнос­ти, – ориентация на само дело; 3) демократизм – авторитаризм; 4) полиактив­ность – моноактивность; 5) высокая зависимость от культуры – низкая зави­симость от культуры; 6) эмоциональность – рациональность; 7) ориентация только на собственный выигрыш – ориентация на взаимный выигрыш; 8) отношение к прибыли как к норме–средству – отношение к прибыли как к норме–цели; 9) монологичность–диалогичность во время переговоров.

1. ***Индивидуализм-коллективизм***

– степень зависимости индивида от группы.

В одних обществах и культурах в системе ценностей превалируют коллективистские подходы и принципы, в других акцент делается на индивидуалистских чаяниях и стремлениях личности. Часто, характеризуя то или иное общество, говорят: «это общество коллективистов», или «это общество индивидуалистов». Под коллективизмом понимается такая система ценностей, в которой человек воспринимает себя как часть группы, а уже затем как отдельную личность. В индивидуалистской системе ценностей личность выходит на первое место. Для **США** характерна максимальная степень **индивидуализма**. Американцы откровенно высказывают критические замечания своим коллегам. Работники на службе продвигаются и нанимаются исключительно только со своими личными достоинствами. В организациях на работе управление ориентировано на личность, а не на группу. Каждый американец в своей работе ориентирована на личный успех и карьеру. Для **России** характерен **коллективизм**, ориентация человека на группу, свойство, в значительной степени культивировавшееся преднамеренно в со­ветские времена как важнейшее средство тоталитарного контроля.

1. ***Ориентация на людей - ориентация на дело***

*–* приоритет для человека либо результата, либо сохранения хороших отношений с другими людьми в процессе работы.

Для **США** характерно ориентация **на** **дело**. Акцент, даже среди друзей делается на соревновательность и высокие результаты. В **России** при управлении менеджеры ориентируются **на человека**, на развитие отношений между сотрудниками организации. Для них главнее сохранить команду, чем достигнуть какой-либо цели.

1. ***Демократизм-авторитаризм***

*–* тип иерархии, тип отношений власти и подчинения.

Для **США** характерна низкая степень дистанции власти. В работе иерархия не воспринимается как естественное состояние или единственно возможный базовый принцип построения организационной структуры. Иерархия – это всего лишь временное ролевое неравенство, нужное для удобства управления повышающее его эффективность. Поэтому руководитель, едва выйдя из офиса, обычно перестает быть босом для подчиненных и превращается обычного Джона, Пита и т.п. В связи с этим лучший босс – это грамотный и наделенный дополнительными ресурсами (как административно-финансовыми, связанные с должностью, так и личными талантами и способностями) демократ. Восприятие иерархии как временного ролевого неравенства обуславливает иной характер взаимодействий босс – подчиненный. Разницы между приятелем и коллегой в Америке практически не существует. На работе все за редким исключением называют друг друга по имени. Для **России** характерно преобладание **авторитарных** руководителей. В организации начальник выстраивает строгую административную иерархию, где за каждым работником жестко закреплены его трудовые обязанности.

1. ***полиактивность-моноактивность***

*–*определения способа, каким в данной культуре принято организовывать свою деятельность.

**Американцы** весьма **моноактивны**, т.е. делают в данный промежуток времени одно дело, полностью сосредотачиваются на нем и выполняют по заранее составленному графику. Они полагают, что при такой организации труда они смогут действовать более эффективной, успеют сделать больше. Американца систематически планируют свое будущее, работают в фиксированное время, при разговоре редко перебивают, уважают официальность. Американские менеджеры будут демонстрировать и приобретать технические умения, опираться на факты и логику, а не на чувства и эмоции, они будут ориентироваться на сделку, концентрировать свое внимание на подчиненных на непосредственной задачей результатах. Они организованы, твердо придерживаются повестки дня, и вдохновляют подчиненных тщательным планированием. **Русские** в основном **полиактивны –** стараются делать сразу несколько дел, не закончив одно дело, переключаются на другое.

1. ***Высокая зависимость от культуры — низкая зависимость***

*–* степени «оглядки» на со­циальные нормы, социальное окружение, традиции.

В отличие от американцев русские предприниматели при принятии решений более зависимы от культуры. Для русских важно мнение социального окружения и соблюдение традиций.

1. ***Эмоциональность–рациональность***

*–* степень домини­рования в данной культуре эмоционального или рационального подхода при решении проблем.

**Американцы рациональны** и практичны во всем, что бы они ни предпринимали. Для американцев такие черты характера представляются едва ли не самым главными. **Русские** многие поступки совершают полагаясь только на интуиции, во время переговоров очень **эмоциональны**.

1. ***Выигрыш/проигрыш-выигрыш/выигрыш***– фиксирует подход че­ловека к своей позиции на переговорах.

Главное, что интересует **американцев** – это честные сделки или **взаимовыгодные** отношения – как они сами их называют. Хотя, в переговорах они могут надавить на партнера. Для них главное успех – ведь за успехом следует новый успех. И **русские** так же стремятся к взаимовыгодному сотрудничеству, ориентируясь на получение не только краткосрочной выгоды, но и на долгосрочное сотрудничество.

1. ***Отношение к прибыли как норме-средству – отношение к прибыли как к норме-цели***

– статус при­были в глазах общественного мнения и личную мотивацию предпринимателя.

**Американские** бизнесмены обладают репутацией самых жестких деловых людей в мире, тем не менее, с ними во многих отношениях легче иметь дело. Это вызвано тем, что их философия проста. Их цель – заработать как можно больше и как можно быстрее, используя для достижения этой цели такие средства как упорный труд, быстрота действий, приспособленчество и власть (в том числе и власть самих денег). В принятии деловых решений они, как правило, не руководствуются сантиментами и считают, что доллар если даже и не Бог, То, по крайней мере, всемогущ. Такое целенаправленное стремление американцев к получению прибыли часто воспринимается как безжалостное. **Русские** чаще воспринимают прибыль не как цель, а как **средство** для реализации свои проектов.

1. ***Диалогичность - монологичность***

– умение выслушивать собеседника и выдерживать так называемый порядок высказываний.

**Американцы** представители диалогичной культуры и воспри­нимает факт перебивания своей речи как крайнее проявление грубости со сто­роны собеседника. **Русские** являются более «грубыми» собеседникам часто перебивают партнера.

## Интегрирующий подход (сходства)

Американские ученые провели исследование и выявили то общее, что объединяет русских и амери­канцев в их понимании этических принципов ведения дела и вместе с тем тех моментов, которые их пока разделяют и отличают.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **США** |
| **Россия** | этично | * Выполнение обязательств
* Поддержание доверия
* Здоровая конкуренция
* Вознаграждение, соизмеримое с работой
 | * Личные услуги (блат) и «подмазывание» деньгами
* Фиксация цен
* Манипулирование данными
* Игнорирование бессмысленных законов и постановлений
 |
| не этично | * Максимизация прибыли
* Чрезмерные различия в заработной плате
* Увольнения
* Оповещения (whistleblowing)
 | * Бандитизм, рэкет и вымогательство
* Черный рынок
* Надувательские цены
* Отказ платить по долгам
 |

В первом квадранте перечисляются виды поведения, которые признают­ся этичными как в США, так и в России, во втором - те, которые в обеих странах считаются неэтичными. В третьем квадранте названы виды пове­дения, которые являются допустимыми с этической точки зрения в России, но осуждаются в США. И наконец, в четвертом квадранте отображены виды поведения, которые, напротив, допускаются в США и осуждаются в России.

# Заключение

На основе работы, можно сделать следующий выводы, что международный бизнес – занятие, чреватое осложнениями, особенно когда речь идет о совместных предприятиях или длительных переговорах. Помимо технических вопросов (решение таких вопросов найти легко) на организационном уровне часто приходится сталкиваться с такими проблемами национальной психологии и поведения, решение которых сопряжено со сложностями. Поэтому прежде чем, сесть за стол переговоров с иностранным партнером следует изучить культуру, традиции, деловой этикет предполагаемой страны партнера.

# Список литературы:

**Льюис Ричард Д.,** Деловые культуры в международном бизнесе.
От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. – 2-е изд., М.: Дело, 2001.

**Шихирев П.Н.,** Введение в российскую деловую культуру. М.: Новости, 2000.