

**МАРКЕТИНГОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ КУЛЬТУР
БЕЛАРУСИ, ПОЛЬШИ, ЛИТВЫ И УКРАИНЫ
В ОСВОЕНИИ МИРОВЫХ РЫНКОВ**

Е.В. Чеботарев¹, В.А. Чеботарев²

Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина,
¹iegor.chebotarov@gmail.com, ²vena.lnu@gmail.com

Теория и практика (что является особо важным) международных экономических отношений показывают: эффективность совместной деятельности предпринимательских структур разных стран во многом предопределяется таким междисциплинарным феноменом как национальные деловые культуры (НДК). Поэтому, в условиях нестабильности мировых товарных, финансовых и фондовых рынков, а также – целого ряда дополнительных институциональных, научно-технических и природоохранных аспектов, что наиболее отчетливо проявилось на фоне эпидемии COVID-19, существенно актуализируется проблема системных исследований НДК.

Данная проблема активно начала разрабатываться относительно недавно – в конце семидесятых – начале восьмидесятых годов прошлого столетия. У истоков ее анализа стоял известный ученый-практик из Нидерландов G. Hofstede [1]. Анализ и обобщение не столь многих работ по данной тематике в истории мировой экономической компаративистики дает основания отметить, что в рамках данных исследований будет правомерным выделить три направления: менеджерский (основатель – G. Hofstede [1]), коммуникативный (основатель – R. Lewis [2]) и маркетинговый (основатель – С. Rapaille [3]). Однако, до настоящего времени отсутствует устоявшееся категориальное определение соответствующей опорной дефиниции. Авторы исходят из такого ее понимания.

Национальные деловые культуры это – структурированная система совокупности присущих базовых положений предпринимательской деятельности, эволюционно сформировавшихся и воспроизводимых в пространстве и во времени; ценностных ориентиров – поведенческих канонов и норм осуществления предпринимательства, а также – традиций, деловой этики и коммуникативного поведения в бизнесе, которая в итоге присуща организациям (предприятиям) определенной страны и ее общенациональному содержанию (страны в целом или группе стран, близких по своим характеристикам).

Основанный в 1980 г. G. Hofstede первый в мире научный центр по данной проблематике – Институт исследований кросс-культурного сотрудничества (the Institute for Research on Intercultural Cooperation – IRIC) на основе синтеза нескольких подходов обосновал параметры-характеристики НДК. Они включают такие: «Дистанция власти», «Индивидуализм», «Мужество», «Избегание неопределенности», «Долгосрочная ориентация», «Индульгенция» [4]. Обычно, именно эти параметры на основе исследований IRIC и «Hofstede Insights» в современных условиях используются для анализа и оценки НДК тех или иных стран (или – групп определенных стран). На сегодняшний день «Hofstede Insights» – самая авторитетная организация в мире, которая осуществляет прикладные исследования НДК. Для этого используется методика, также впервые введенная G. Hofstede: оценка крайних показателей выделенных параметров от их низшего к высшему значению с количественным выражением по каждой стране (как правило – в пунктах (п.) от 0 до 100).

Параметр «Дистанция власти» позволяет охарактеризовать в тех или иных типах НДК отстранение менеджеров среднего и низшего уровней от принятия значимых управленческих решений. «Индивидуализм» – параметр, на основании которого классифицируется мера культивирования и распространения в НДК разных стран индивидуалистского подхода в создании бизнеса и его управлении. «Мужественность» показывает степень своеобразной героизации в разных НДК достижения предпринимательской карьеры. В странах с высоким уровнем мужественности конфликты в организациях, как правило, разрешаются через борьбу и конфликты, а не благодаря взаимным уступкам на основе учета интересов сторон (в том числе, – партнеров и контрагентов по бизнесу). «Избегание неопределенности» параметр, по которому определяются внутренне присущие свойства, характерные для бизнес-среды разных типов НДК, в стремлениях управленцев избежать неопределенность как такую. Параметр «Долговременная ориентация» показывает ориентированность управленцев концентрировать свои действия или в рамках краткосрочной перспективы, или – наоборот: ориентироваться на долгосрочную перспективу. По параметру «Индульгенция» в экономической компаративистике понимается снисходительное отношение к абсолютизации в предпринимательстве рыночных «ценностей» эгоизма и прибыльности как таких; а также – проникновения этих «ценностей» во все другие сферы жизнедеятельности общества [4].

Маркетинговый подход в современных условиях является наиболее обоснованным. Однако, при этом необходимо четко представлять следующее.

Первое. Маркетинговый подход в исследовании НДК не стоит рассматривать как отрицание менеджерского и коммуникативного: он синтезирует содержание первых двух исходных подходов.

Второе. Маркетинговый подход абсолютно несправедливо сводить к рыночным аспектам в понимании НДК тех или иных стран: он в современном социально-этичном содержании включает в себя всю совокупность институциональных факторов (истории, социологии, религии, культуры, национальных и ментальных составляющих и т. д.).

Исследования НДК в контексте вышеизложенных методологических и научно-практических аспектов дает основания на европейском континенте выделить уникальную группу стран, обладающих редкими свойствами подобия и взаимодополнения: Беларусь, Польшу, Литву и Украину.

При всем уважении к авторитетным научным институтам IRIC и «Hofstede Insights», следует отметить, что они явно недооценивают не только такие черты, но и общий высокий потенциал выделенной группы стран. Прежде всего, это касается того, что пока еще по Республике Беларусь явно незаслуженно не проводятся отмеченные эмпирические исследования. Поэтому, можем привести только данные по Польше, Литве и Украине с комментариями на основе проведенных авторами предварительных эмпирических разработок (табл.).

Таблица – Показатели параметров национальных деловых культур Польши, Литвы и Украины*

Параметры Страны	«Дистанция власти»	«Индивидуализм»	«Мужество»	«Избегание неопределенности»	«Долгосрочная ориентация»	«Индульгенция»
Польша	68	60	64	93	38	29
Литва	42	60	19	65	82	16
Украина	92	25	27	95	86	14

*составлено на основе [4]

С учетом проведенных исследований [5] отметим главные, по нашим оценкам, характерные черты НДК Республики Беларусь: по «Дистанции власти» она занимает срединное положение между Литвой (42 п.) и Польшей (68 п.); по «Индивидуализму» она тяготеет к показателю Украины, то есть – является более коллективистской НДК (мы зафиксировали более высокий показатель, нежели указано в исследованиях «Hofstede Insights» – 25 п.); по «Мужественности» НДК, подобно Литве (19 п.) и Украине (27 п.) ориентирована на взаимные уступки и отсутствие конфронтационного подхода как такового; по «Избеганию неопределенности» Беларусь ближе к Литве (65 п.); по «Долговременной ориентации» Беларусь очень подобна Литве (82 п.) и Украине (86 п.); по «Индульгенции» – тоже редкостная близость Литве (16 п.) и Украине (14 п.)

Другими словами, предприятия Республики Беларусь – надежные долговременно-ориентированные и бесконфликтные участники возможных более глубоких и совершенных взаимоотношений бизнес-структур в рамках сотрудничества четырех стран. Такое сотрудничество не будет закрытым, на основе близости (подобия) и взаимодополнения НДК других стран Центральной и Восточной Европы, в контексте их общей истории, религии и ментальности, оно может стать мощным конкурентоспособным интеграционным центром бизнеса в освоении европейских и мировых рынков.

Список использованных источников:

1. Hofstede, G. Culture and management development / G. Hofstede. – Geneva: International Labour Office, Management Development Branch, Paper MAN, 1983. DEV/28.
2. Lewis, R. Cross Cultural Communication: A Visual Approach / R. Lewis. – Transcreen Publications, 2008. – 287 p.
3. Rapaille, C. 7 Secrets of Marketing in a Multi-Cultural World / C. Rapaille. – 2nd ed, Tuxedo Production, 2004. – 318 p.
4. Hofstede Insights. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/poland,lithuania,ukraine/>.

5. Glinkowska-Krauze, B. Comparative studies of national business cultures in the countries of Central and Eastern Europe: the basics for Improving International entrepreneurship in Poland and Ukraine / B. Glinkowska-Krauze, Ie. Chebotarov, V. Chebotarov / Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe. – 2020. Vol. 23. – № 1. – P. 7-18.