

**РОЛЬ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ В РАЗВИТИИ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ
НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Д.О. Оводок, Н.Г. Фатеева, 2 курс

Научный руководитель – И.М. Зборина, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

Согласно национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года, главной целью внешнеэкономической деятельности государства является обеспечение сбалансированного развития внешней торговли за счет улучшения экспортной корзины товаров и услуг на основе товарной и географической диверсификации, использование преимуществ международного разделения труда для достижения поступательного и устойчивого экономического роста. Основным критерием выступают устойчивые темпы роста экспорта товаров и услуг, снижение зависимости от нескольких рынков сбыта, увеличение доли экспорта инновационных, высокотехнологичных товаров и услуг, положительная динамика доли малого и среднего бизнеса во внешней торговле [1].

По данным статистики внешнеторговых отношений Республики Беларусь в региональном разрезе, 44,2% объема товарного экспорта Беларуси приходится на страны ЕАЭС. Второй крупнейший рынок для белорусской продукции - Европейский союз - 25,5%. Постепенно расширяется присутствие белорусских производителей на рынках стран Азии, Африки, Америки и Океании. Совместно с партнерами по ЕАЭС осуществляется работа по расширению доступа на рынки стран дальней дуги путем заключения соглашений о свободной торговле.

Основными потребителями белорусских услуг в 2020 году были Российская Федерация, Соединенные Штаты Америки, Германия, Литва, Кипр, Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии, Китай, Польша. Важным инструментом диверсификации белорусского

экспорта и укрепления торгово-экономических связей является активная интеграция страны в международную торговую систему [2].

Для успешной интеграции в международное торговое пространство, прежде всего стоит изучить специфику государств, с которыми планируется сотрудничество. Важность межкультурных навыков сотрудников организаций, которые хотят видеть себя в международных рейтингах, становится обязательным требованием для работодателей и кадровых агентств. Под межкультурным мастерством подразумевается способность понимать различные культурные контексты, проявлять уважение к другим нациям, а также принимать различные точки зрения и быть открытыми для новых форм мышления. Одним из важных элементов данной специфики является модель деловых отношений, что обусловлено поиском подхода к той или иной организации.

В современном деловом мире выделяют две модели деловой культуры, формирующие коммуникативный подход к сотрудничеству: западная и восточная. Подобное разделение обусловлено разным культурным укладом и философией организации трудового пространства. Говоря о западной модели, представителями которой являются Германия, Франция и другие страны западной Европы, стоит отметить их основные черты: независимость, эгалитаризм, решительность, целеустремленность, энергичность, оптимизм, самоуверенность, прямолинейность, надежность, обязательность, точность, пунктуальность, инициативность, индивидуализм. Исходя из вышеперечисленных черт, также можно отметить стремление реализовать себя как личность, будучи гибким и мобильным сотрудником. Для стран восточного типа, таких как Япония, Китай, Корея, Тайвань и Сингапур, характерны иные особенности: уклончивость, иерархия, ритуальность, декоративность, чиновничество, зависимость, клановость, кумовство, хитрость, фатализм, взяточничество, коллективизм [3]. Таким образом, деловой культуре Запада свойственен индивидуализм, в то время как восточная культура строится на принципе коллективизма.

Тем не менее, при четком разделении моделей деловых культур, среди ученых ведется бурная дискуссия, к какой всё-таки модели принадлежит Республика Беларусь. Сейчас понятно одно: деловая культура Беларуси и на национальном уровне, и на уровне организаций носит переходный характер. Она пока еще не устоялась. Вместе с тем, уже пришло четкое понимание, что деловая культура является важным фактором роста эффективности производства и управления [4, с. 471].

Однако наша задача выяснить со странами какой модели деловой культуры белорусам легче всего прийти к решению вопросов в сфере международного бизнеса. В поисках ответа на данный вопрос, было проведено исследование среди студентов Полесского государственного университета, обучающихся на «банковских» специальностях.

Результаты опроса показали, что 55% студентов хотели бы в будущем иметь деловые связи со странами Запада. Свой выбор они аргументировали тем, что западные компании, как правило, придерживаются «плоской культуры», поощряя политику открытых дверей для построения деловых отношений и товарищества. Западная культура поощряет «индивидуалистов», которые в высшей степени ориентированы на решение задач и нацелены на достижение поставленных целей. В то время как другие 45% опрошенных изъявили желания сотрудничать со странами Востока, подкрепив свой выбор вескими аргументами. Прежде всего студентов привлекает то, что восточная модель деловой культуры делает акцент на развитии долгосрочных партнерских отношений и устойчивом уважении к людям. Китайская и японская культуры отражают эту философию как в личных, так и в профессиональных отношениях. Многие выразили восхищение китайской концепцией «сохранения лица», в основе которой лежит склонность людей склонны решать конфликты таким образом, чтобы сохранить свой общественный имидж, при этом критика передается через третью сторону.

Исходя из результатов исследования, можно сказать, что вне зависимости от того, какие сложности могут встречаться в процессе построения международных отношений в сфере бизнеса, граждане Республики Беларусь остаются открытыми и готовы сотрудничать со всеми желающими, что в очередной раз подтверждает многовекторность политики нашего государства.

Как процесс глобальной интеграции, так и конфронтационные тенденции, в которые втягиваются и западные, и восточные страны, требуют взаимоприспособления различных бизнес-систем и понимания их особенностей. Очевидно, речь может идти о приспособлении техник ведения бизнеса и о наделении субъектов деловых контактов знаниями относительно специфики куль-

туры и психологии другой стороны. Индивидуализм, демократические идеалы, материальные интересы, страсть к потреблению, любовь к скорости, проблемы окружающей среды стали мощными факторами деловой активности на Западе. Им в определенной степени противостоят коллективизм, групповые ценности, авторитарность, патернализм, иерархичность, «ролевые» диспозиции, склонность к созерцанию, медлительность, характерные для Востока. Поскольку эти качества жизни и психологии имеют длительную культурную традицию, постольку можно предположить, что процесс глобализации и создания транснациональных гигантов, а на их основе — и конфронтации, вместе с вовлеченностью культур в общемировой процесс могут вызвать как сближение целей и определение общих путей их достижения, так и их размежевание. Духовные ценности и деловые культуры сохраняют свое разнообразие, делая необходимым внимательное к ним отношение и детальное изучение. Этого требует как совместная практика ведения бизнеса, так и установление эффективных партнерских отношений в любой области сотрудничества, будь то экономика, политика или международная практика.

Список использованных источников

1. Концепция Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года. [Электронный ресурс] / Министерство экономики Республики Беларусь, 2019.
2. Ключевые торговые партнёры [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics/vneshnjaja-torgovlya/torgovye-partnjory>. – Дата доступа: 22.03.2021.
3. Вакуленко Р.Я.: Черты западных и восточных бизнес культур в российской действительности [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2005/12/14/zapadnaja_i_vostochnaja_delovye_kultury.html. – Дата доступа: 20.03.2021.
4. Козлович А. В., Деловая культура беларуси: состояние и перспективы / А. В. Козлович. – Минск, 2018. – 468–471с.