

Теория межкультурных измерений Г.Хофстеде в исследовании национально-культурных особенностей менеджмента России и Германии

Научный руководитель – Смакотина Наталья Леоновна

Морозова Дарья Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: morosdash@mail.ru

В конце 1970х годов социологом Гертом Хофстеде была предложена классификация культурных признаков, имеющие значения при анализе национально-культурных особенностей в менеджменте. Классификация Герта Хофстеде включает в себя сравнение по шести параметрам: Дистанция власти, Индивидуализм, Мужественность, Избегание неопределенности, Долгосрочная ориентация. Сдержанность. Сопоставляя оценки, полученные различными культурами, модель позволяет проводить их сравнение с целью наиболее полного понимания происходящих в обществе культурных процессов.

Согласно данным критериям был проведен сравнительный анализ культур России и Германии, направленный на выявление их организационных особенностей. Данные для анализа представлены в свободном доступе на официальном сайте исследователя.

С целью соотнесения полученных по методологии Хофстеде результатов с реальными организационными культурами, принятыми на предприятиях в России и Германии, представляется целесообразным применить критерии теории межкультурных измерений на конкретные компании. Для этого были выбраны два предприятия - с немецкой стороны это крупный автоконцерн BMW Group, а с российской - одна из крупнейших компаний страны - ритейлер страны «Магнит» (АО «Тандер»).

В результате был сделан вывод о том, что данная теория может быть успешна использована для вышеназванного анализа. Подтверждением тому может служить общее совпадение результатов, полученных путем использования теории Хофстеде и анализа существующих корпоративных культур. По результатам разбора их организационных культур по шести различным показателям не было выявлено ни одного критического расхождения результатов между ними.

Можно говорить о том, что руководство и сотрудники как российских, так и немецких корпораций будучи весьма прагматичными, обладают счастливой способностью приспосабливаться к происходящим в мире изменениям, улавливая актуальные тенденции и предугадывая желания потребителей. Компании активно инвестируют в новые форматы и технологии, что позволяет им оставаться лидерами в своих отраслях.

Еще одним качеством, объединяющим предприятия России и Германии, является стремление минимизировать возможные риски в будущем. Однако способы, которыми руководство компаний стремится противостоять неопределенности заметно отличаются: в то время как немцы полагаются на креативность и творческий потенциал своих сотрудников, российское руководство стремится предусмотреть наибольшее количество потенциальных исходов при разработке служебных инструкций и поручений.

Различается также отношения в рабочем коллективе: на российском предприятии они выстроены иерархично, то есть привычным является порядок, когда решения принимаются руководством без оглядки на мнение подчиненных. Совершенно иная ситуация в немецком концерне: здесь каждому вне зависимости от позиции дано право высказать свое мнение и окончательное решение принимается с учетом всех высказанных точек зрения.

Возможность применения анализа культурных различий с методологической позиции концепции Г.Хофстеде позволяет нам сделать общие выводы о том, как в среднем устроены компании в каждой из стран, какие между ними существуют сходства и различия, как отражаются на производственных корпорациях национальные культурно-специфические характеристики, а также, что очень важно, каковы возможные перспективы регулирования социально-экономических и политических процессов как в условиях нарастающей глобализации, так и в условиях циклически повторяющихся экономических и политических кризисов.

Источники и литература

- 1) Рудникова Юлия Валерьевна. Корпоративная культура деловых организаций в дискурсе интерсубъектности: диссертация кандидата Социологических наук: 22.00.08 / Рудникова Юлия Валерьевна; [Место защиты: Южный федеральный университет], 2016
- 2) Ахмедова М.Р., Комарова Е. Система мотивации персонала на предприятиях опто-розничной сети как рычаг управления // Иннов: электронный научный журнал, 2016. №3 (28). URL: <http://www.innov.ru/science/economy/sistema-motivatsii-personala-na-pre/>
- 3) Официальный сайт «Магнит» (АО «Тандер») [Электронный ресурс] / <http://magnit-info.ru>
- 4) Hofstede, Geert. Differences in Teaching and Learning.” International Journal of Intercultural Relations, Vol.10, Issue 3. Amsterdam: Elsevier Science Ltd., 1986
- 5) Hofstede, Geert. Cultures and Organizations: Software of the mind: Intercultural Cooperation and its importance for survival. New York: McGraw-Hill, 1997.
- 6) Официальный сайт исследовательского центра Г. Холстеде [Электронный ресурс] <http://www.geerthofstede.nl>
- 7) Официальный сайт «BMW Group» [Электронный ресурс] / <http://www.bmwgroup.com>