

ДОСЛІДЖЕННЯ КРОС-КУЛЬТУРНИХ ВІДМІННОСТЕЙ ЯК ОДНОГО З ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Петрушенко Ю.М.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин E-mail:

Y.Petrushenko@biem.sumdu.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9902-7577>

Кіріл'єва А. В.,

студентка кафедри міжнародних економічних відносин

Сумський державний університет,

Kirilieva.anastasiia@gmail.com

Тулякова А.О.,

студентка кафедри міжнародних економічних відносин

Сумський державний університет,

a.tuliakova@student.sumdu.edu.ua

Татарченко Ю. М.,

студентка кафедри міжнародних економічних відносин

Сумський державний університет,

yu.tatarchenko@student.sumdu.edu.ua

У статті визначено, що сучасне внутрішнє та зовнішнє середовище функціонування успішної та довгострокової міжнародної діяльності зазнає постійних змін. Для того аби забезпечити ефективність економічної діяльності необхідно формувати та застосовувати модернізовані методи ведення бізнесу. Значна кількість чинників впливу на діяльність компаній на світовій арені зумовлює інтерес до їх вивчення та структурування.

Доведено, що ключовими рушійними силами впливу глобалізації на міжнародний бізнес в умовах гіперконкуренції є зниження бар'єрів, зростання міжкордонної торгівлі та інвестицій, зростання масштабів виробництва глобального продукту для глобального споживача, використання Інтернет- та інформаційних технологій, роль швидкозростаючих економік на світовому ринку, впровадження глобальних систем якості та стандартів продукції. Слід зазначити, що міжнародна підприємницька діяльність зорієнтована на впровадження конкретних заходів щодо розширення ринків збуту, послуг, капіталу, робочої сили, пошук нових джерел виробничих і фінансових ресурсів, здійснення диверсифікації господарської діяльності тощо.

Досліджено фактори, що впливають на ефективність бізнесу. Авторами було виокремлено, найважливіші фактори впливу на міжнародний бізнес та розглянуто їх у розрізі трьох груп: внутрішні, мікроекономічні та макроекономічні фактори. Саме такий спосіб структуризації факторів впливу дозволить максимально ефективно з'ясувати їх позитивний ефект та можливі ризики. Визначено ступінь впливу кожної групи факторів. У рамках цієї наукової роботи акцент зроблено на характеристиках комунікативних культурних відмінностях та їх впливу на міжнародний бізнес. Проблема міжкультурної взаємодії стала одним із ключових напрямків дослідження ефективності міжнародних відносин.

Виявлено роль міжкультурних функцій у глобальній бізнес-мережі. Успіх компанії на зовнішньому ринку залежить головним чином від того, наскільки добре налагоджена професійна комунікація з іноземним бізнес-партнером і наскільки добре він знає деталі місцевої культури для ефективних і професійних переговорів.

Ключові слова: міжнародний бізнес, крос-культурні особливості, культура, комунікації, ефективний бізнес, структурні зміни.

DOI: 10.21272/1817-9215.2021.4-14

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Підприємницька діяльність є основою економіки будь-якої розвиненої ринкової країни. В процесі розвитку виробництва підприємство може досягти того рівня, на якому воно здатне виробляти більше, ніж того потребує внутрішній ринок. На цьому етапі для даного підприємства доцільним є вихід на зовнішні ринки товарів та послуг, тобто включення в міжнародну підприємницьку діяльність.

Міжнародний бізнес можна визначити як ділову взаємодію фірм різних форм власності або їхніх підрозділів, що знаходяться в різних країнах, що має головною

метою одержання прибутку за рахунок отримання вигод із переваг ділових міжнародних операцій.

З розвитком та відкриттям глобальних ринків адаптація до динамічного та неоднорідного міжнародного середовища та з огляду на міжкультурні особливості різних країн крос-культурні характерні риси набувають все більшого значення для успішної діяльності міжнародної компанії. У міжнародному бізнесі чинники культурного середовища є одними з найбільших труднощів, а тому виникає необхідність налагодити ефективне міжкультурне спілкування. Тож, стає все більш важливим правильно оцінювати та враховувати різні національні культури та ефективно поводитися з ними у полікультурному середовищі.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Інтерес до дослідження крос-культурних відносин у міжнародному бізнесі викликає у багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців.

Так, Szkudlarek, B., Osland, J. S., Nardon, L., та Zander, L. [2] досліджують культурні особливості у взаємодії між бізнес партнерами як ключовий аспект успіху розвитку компанії у довгостроковій перспективі. Soares, A. M., Farhangmehr, M., та Shoham, A. [1] у своїх працях роблять акцент на тому, що культура є невлвовимою концепцією, що створює значні труднощі для міжкультурних відносин. Саме тому виникає необхідність у її дослідженні та виявленні основних умов створення взаємовідносин.

Guang, X., та Charoensukmongkol, P. [12] розглядають вплив культурного інтелекту у спілкуванні з іноземними партнерами, відчутну ефективність лідерства та прихильність підлеглих до керівника у ситуаціях, коли потрібно формувати комунікативні канали для створення ефективних відносин.

Серед відчизняних науковців у своїх роботах питання крос-культурних особливостей, їх впливу на міжнародний бізнес та сталий розвиток підприємства висвітлювали такі науковці як Петрушенко Ю.М. [9], Палеха Ю. І. [8], Бунина В.Г. [3], Карманова Т. І. [7], Єфимова А. Г. [4], Романуха О. М. [10] та Тодорова Н. [11]. Кожен з авторів розкриває аспекти функціонування та значення крос-культурних особливостей для працівників вітчизняних підприємств. Відповідно до великої кількості наукових праць зазначимо необхідність у дослідженні ефективного розвитку промислового сектору та розробки дієвих способів його покращення.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є визначення напрямів впливу крос-культурних відмінностей на ведення міжнародного бізнесу на сучасному етапі розвитку світової економіки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

На сучасному етапі розвитку економічних відносин міжнародний бізнес стає об'єктом впливу багатьох факторів. Розуміння факторів впливу на розвиток міжнародного бізнесу дає змогу більш чітко відслідковувати проблеми та зрозуміти, які саме методи та механізми варто використати для їх ефективного вирішення. Також при веденні міжнародного бізнесу важливо враховувати численні фактори, які можуть вплинути на діяльність компанії і перешкодити розвитку міжнародного бізнесу [6].

Для прийняття рішень в галузі міжнародного бізнесу менеджерам компанії необхідно знати і розуміти процеси, що відбуваються в світовій економіці в цілому, і особливо національних ринків, на яких компанія планує або вже здійснює свій бізнес. Більш детальний поглиблений аналіз ситуації на обраному закордонному ринку дозволить краще зрозуміти ринкову структуру і процеси, характерні для цільового ринку.

Для того, щоб найефективніше проаналізувати фактори впливу на міжнародний бізнес пропонуємо розглянути їх у систематизованому вигляді (рис. 1). Перш за все фактори впливу розділяються на три великі групи, які відрізняються рівнями, а саме макрорівень, мікро рівень та внутрішній рівень. Розглянемо детальніше кожен з рівнів.

Макроекономічний рівень поєднує у собі групу факторів, які складають єдине макросередовище для існування бізнесу як економічного явища. На цьому рівні важливо звертати увагу на міждержавні особливості у політичному, економічному та державному устрої. При виборі іноземного цільового ринку або іноземного контрагента для співпраці дуже важливо брати до уваги правову систему країни. Якість та ефективність міжнародного бізнесу залежить від ґрунтового підходу як до вибору партнера так і до налагодження і ведення з ним ділових справ. Тож, беручи до уваги велику кількість відмінностей у зазначених сферах вважаємо доцільним виокремлення їх у окремий блок факторів впливу.

Наступний рівень досліджуваних факторів це мікрорівень – рівень, який визначає місце компанії у світових теренах співпраці. Показники даного блоку стосуються саме інструментів взаємодії з конкретним міжнародним партнером або країною. Особливістю цього рівня є те, що кожен з факторів сприймається компанією індивідуально відповідно до відмінностей національного розвитку, становища, надбання тощо. У цьому блоці важливу роль відіграють географічне положення та природне середовище країни, соціально-культурні відмінності у веденні бізнесу та сприйнятті співпраці як економічного, соціального та довгострокового партнерства.

Третій рівень факторів – внутрішній. Група факторів цього рівня пояснює умови ведення економічного господарювання конкретної компанії. Такий підхід дозволяє оцінити сильні і слабкі сторони компанії в контексті цілі виходу на зовнішній ринок. До найважливіших факторів належать матеріальні, фінансові ресурси, кадри (наприклад, кваліфікований персонал) і інформаційні ресурси. Відмінною особливістю даної групи факторів є те, що вони є контрольованими з боку компанії [13].

На основі розгорнутого пояснення рівнів дослідження факторів впливу на міжнародний бізнес пропонуємо розглянути наступний вектор дослідження, а саме передумови виникнення факторів впливу (рис. 1).

Міжнародний бізнес поєднує у собі велику кількість складових різних сфер господарської діяльності, тож, і кількість передумов виникнення факторів впливу є досить розгалужена. У даній роботі висвітлено основні, на думку автора, а саме: економічні, політичні, державні, соціально-культурні, інвестиційні, територіальні, комунікаційні, маркетингові, структурні та торговельні. Саме такий вибір передумов зумовлений актуальністю факторів впливу даних категорій. Таким чином, формалізуючи у вигляді схеми вищезазначену характеристику факторів впливу на міжнародний бізнес ми зможемо їх структурувати.

Важливим є наголосити, що майже всі фактори мають як негативний так і позитивний вплив на міжнародний бізнес. Це пов'язано перш за все з національними особливостями країни-засновниці бізнесу, культурними індивідуальними рисами, рівнем економічного розвитку, а також низкою інших умов. Саме тому, в у схемі буде зазначено загальний рівень впливу того чи іншого показника без врахування індивідуальних особливостей.

У підсумку проведеного дослідження факторів впливу на міжнародний бізнес зазначимо, що кожен з факторів має вагомий вплив на систему господарювання того чи іншого суб'єкта економічної діяльності. Проте існують такі чинники вплив яких є великою проблемою та вимагають підвищеної уваги до себе. Серед таких чинників є: культурні відмінності, конкуренція в приймаючій країні, державний контроль, націоналізація, війни і тероризм, недалекоглядність керівництва компанії, наявність внутрішніх національних перешкод, політична та економічна ситуація та їх нестабільність, зміни валютних курсів іноземних. Відповідно, для того, аби зменшити ризики від даних факторів необхідний ґрунтовний та раціональний підхід до вивчення усіх можливих ризиків.

У розрізі даної статті зроблено акцент саме на особливості комунікаційних культурних відмінностей та їх впливу на ведення міжнародного бізнесу. Проблематика

крос-культурної взаємодії стала одним з визначальних напрямів дослідження ефективності міжнародних взаємозв'язків.

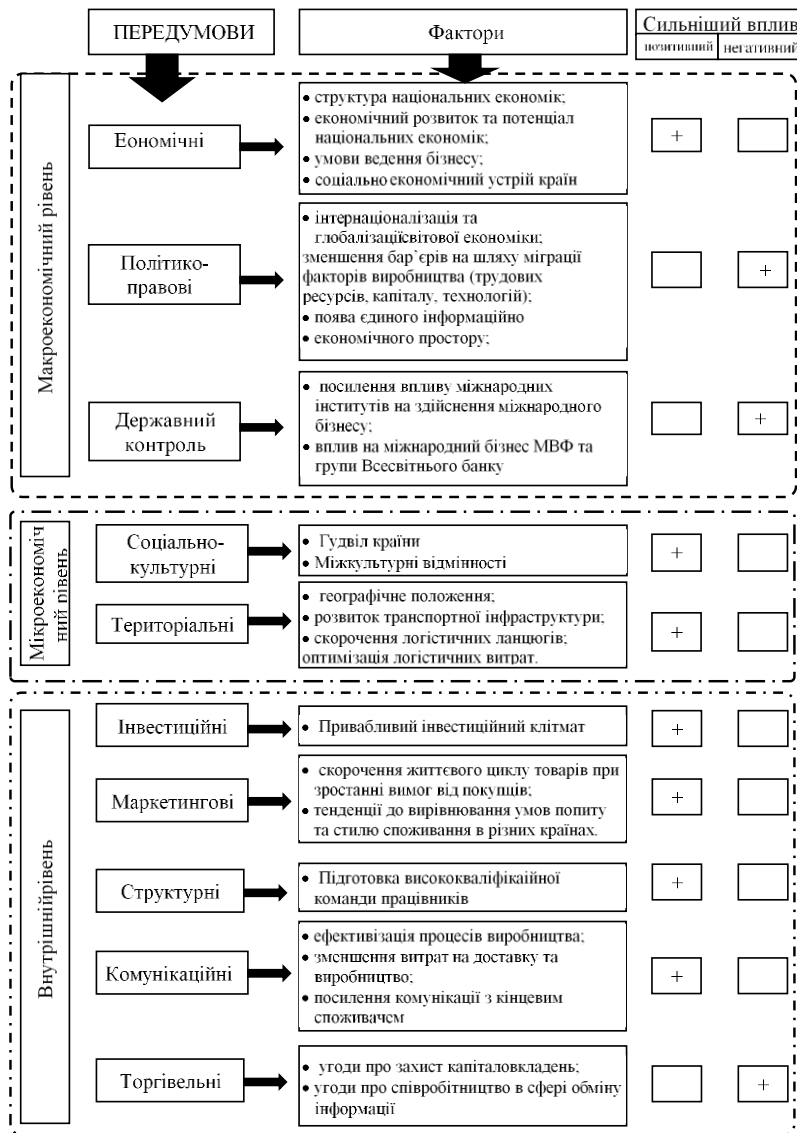


Рисунок 1 – Фактори впливу на міжнародний бізнес
*Джерело: створено авторами

З розвитком та відкриттям глобальних ринків адаптація до динамічного та неоднорідного міжнародного середовища та з огляду на міжкультурні особливості різних країн крос-культурні характерні риси набувають все більшого значення для успішної діяльності міжнародної компанії. У міжнародному бізнесі чинники культурного середовища є одними з найбільших труднощів, а тому виникає необхідність налагодити ефективне міжкультурне спілкування. Тож, стає все більш важливим правильно оцінювати та враховувати різні національні культури та ефективно поводитися з ними у полікультурному середовищі.

Кожна міжнародна компанія певним чином залучена до міжнародного міжкультурного середовища. Надзвичайно важливо знати деталі корпоративної

культури в інших країнах. Адже діяльність компаній в умовах глобалізації перетинає національні кордони і таким чином залучає все більше людей з різними культурними світоглядами. В результаті культурні відмінності відіграють все більш важливу роль у компанії та безпосередньо впливають на ефективність господарських операцій. Якщо ігнорувати особливості іншої культури, з якою компанія стикається під час своєї діяльності, міжкультурні проблеми виникають через суперечливість у роботі за нових соціальних і культурних умов [4, 4].

У різних країнах компанії мають індивідуальні особливості. Завдання міжкультурного менеджменту полягає у створенні єдиної системи комунікативних навичок між певними контрагентами за певних умов.

Тому керівництву компаній у питаннях міжкультурного менеджменту слід надалі розвиватися та навчати своїх працівників у цій сфері.

На практиці існує чимало прикладів руйнівного впливу культури на діяльність компанії, інтереси полікультурного середовища у сфері цінностей, мови та духовних вірувань.

Згідно з даними звіту Economist Intelligence Unit - дослідницького підрозділу The Economist Group, 49% міжнародних компаній стикаються з труднощами через відмінності у культурних традиціях різних країн та нормах поведінки на робочих місцях, а також через мовні бар'єри при виході на нові ринки і освоєнні ринків, на яких вони вже працюють.

ВИСНОВКИ

Таким чином, успіх компанії на зовнішньому ринку залежить головним чином від того, наскільки добре налагоджено професійне спілкування з іноземним діловим партнером; наскільки добре менеджер вивчив закони компанії та закони країни - партнера; наскільки добре він знає особливості місцевої культури, щоб розмістити продукт на ринку тощо. Тільки належний рівень освіти та підготовки може гарантувати високий результат переговорів. Їх реалізація - одна з найскладніших форм професійного спілкування. Різні характеристики корпоративної культури партнера вимагають від учасників особливих навичок. Рівень знань, вміння користуватися на зустрічах, відсутність мовних бар'єрів, дотримання правил ділового етикету, врахування культурних відмінностей іншої сторони - все це впливає не тільки на характер переговорів, а й на долю компанії.

SUMMARY

Petrushenko Yu. M., Kirilieva AV, Tuliakova A. Tatarchenko Iu. STUDY OF CROSS-CULTURAL DIFFERENCES AS ONE OF THE FACTORS OF INFLUENCE ON DOING INTERNATIONAL BUSINESS.

The article determines that the modern internal and external environment of successful and long-term international activities is undergoing constant change. In order to ensure the efficiency of economic activity, it is necessary to form and apply modernized methods of doing business. A significant number of factors influencing the activities of companies on the world stage determines the interest in their study and structuring.

It is proved that the key drivers of the impact of globalization on international business in hypercompetition are lowering barriers, increasing cross-border trade and investment, increasing global product production for global consumers, use of Internet and information technologies, the role of emerging economies in the world market, global quality systems and product standards. It should be noted that international business is focused on the implementation of specific measures to expand markets, services, capital, labor, search for new sources of production and financial resources, diversification of economic activities and more. Factors influencing business efficiency are investigated. The authors have identified the most important factors influencing international business and considered them in terms of three groups: domestic, microeconomic and macroeconomic factors. This is the way to structure the factors of influence will allow you to most effectively determine their positive effect and possible risks. The degree of influence of each group of factors is determined. In the framework of this research, the emphasis is on the characteristics of communicative cultural differences and their impact on international business. The problem of intercultural interaction has become one of the key areas of research on the effectiveness of international relations. The role of intercultural functions in the global business network is revealed. The company's success in the foreign market depends mainly on how well established professional communication with a foreign business partner and how well he knows the details of local culture for effective and professional negotiations.

Keywords: *international business, cross-cultural features, culture, communications, effective business, structural changes*

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Soares, A. M., Farhangmehr, M., & Shoham, A. Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies. *Journal of Business Research*, 60(3), 2007. 277–284. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.10.018>
2. Szkudlarek, B., Osland, J. S., Nardon, L., & Zander, L. Communication and culture in international business – Moving the field forward. *Journal of World Business*. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101126>
3. Бунина В. Кросс-культурный менеджмент и межкультурная коммуникация. Москва: ГУУ, 2008.
4. 24. Makarchuk K. O. «Mizhnarodnyi biznes v umovakh hlobalizatsii: teoretychnyi aspekt», *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina*, № 1086, 2013. pp. 28-31.
5. Єфімова А.Г. Розвиток кросс-культурного менеджменту на підприємствах України. *Управління розвитком*. 2012. № 6. С. 44–45.
6. Geert Hofstede, *Culture 's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills CA: Sage Publications, 1980
7. Карманова Т.И. Проблемы кросс-культурных различий в международном маркетинге. *Молодой ученый*. 2014. № 10. С. 245–248
8. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин. Київ: Кондор, 2008. 356 с.
9. Петрушенко Ю.М. Кросс-культурні аспекти підвищення ефективності міжнародного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 5. С. 146–148.
10. Романуха О. Роль кросс-культурних комунікацій у менеджменті організацій. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 9. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/103.pdf.
11. Тодорова Н. Кросс-культурний менеджмент. Донецьк: ДонНТУ, 2008. 330 с.
12. Guang, X., Charoensukmongkol, P. The effects of cultural intelligence on leadership performance among Chinese expatriates working in Thailand. *Asian Business and Management*, 2020. URL: <https://doi.org/10.1057/s41291-020-00112-4>
13. Howard V. Perlmutter, *The Tortuous Evolution of Multinational Enterprises*, *Columbia Journal of World Business*, 1/1969, pp. 9-18.

REFERENCES

1. Soares, A. M., Farhangmehr, M., Shoham, A. (2007). Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies. *Journal of Business Research*, 60(3), 277–284. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.10.018>
2. Szkudlarek, B., Osland, J. S., Nardon, L., Zander, L. (2020). Communication and culture in international business – Moving the field forward. *Journal of World Business*. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101126>
3. Bunina V. (2008). *Kross-kul'turnyy menedzhment i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*. Moskva: GUU,.
4. 24. Makarchuk K. O. (2013). «Mizhnarodnyi biznes v umovakh hlobalizatsii: teoretychnyi aspekt», *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina*, № 1086, pp. 28-31.
5. Єфімова А.Г. (2012). *Rozvitok kross-kul'turnogo menedzhmentu na pidpriemstvakh Ukraini*. *Upravlinnya rozvitkom*. № 6. С. 44–45.
6. Geert Hofstede, *Culture 's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills CA: Sage Publications,
7. Karmanova T.I. (2014). *Problemy kross-kul'turnykh razlichiy v mezhdunarodnom marketinge*. *Molodoy uchenyy*. № 10. С. 245–248
8. Palekha YU.І. *Yetika dilovikh vidnosin*. Київ : Kondor, 2008. 356 s.
9. Petrushenko YU.M. (2009). *Kross-kul'turni aspekti pidvishchennya yefektivnosti mizhnarodnogo biznesu*. *Visnik Khmel'nits'kogo natsional'nogo universitetu*. № 5. С. 146–148.
10. Romanukha O. (2017). *Ro' kross-kul'turnikh komunikatsiy u menedzhmentі organizatsiy*. *Yekonomika і suspil'stvo*. Vip. 9. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/103.pdf.
11. Todorova N. (2008). *Kross-kul'turniy menedzhment*. Donetsk: DonNTU, 330 s.
12. Guang, X., (2020). Charoensukmongkol, P. The effects of cultural intelligence on leadership performance among Chinese expatriates working in Thailand. *Asian Business and Management*, URL: <https://doi.org/10.1057/s41291-020-00112-4>
13. Howard V. Perlmutter, *The Tortuous Evolution of Multinational Enterprises*, *Columbia Journal of World Business*, 1/1969, pp. 9-18.