|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

Национальный исследовательский университет

Высшая школа экономики

Факультет Мировой экономики и мировой политики

Кафедра международного бизнеса

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Влияние социокультурных особенностей России и Германии на развитие российско-германских торгово-экономических отношений»

Студент группы № 468

Немых Александра Сергеевна

Научный руководитель

Доцент кафедры международного бизнеса

Гавриленко О. В.

Москва 2013

**Оглавление**

[Введение 2](#_Toc356319794)

[1. Социокультурные факторы в экономике и международных отношениях. Классификация и типология культурных измерений 7](#_Toc356319795)

[1.1 Значение социокультурных факторов в экономике и международных отношениях 7](#_Toc356319796)

[1.2 Классификация социокультурных факторов в науке 14](#_Toc356319797)

[2. Социокультурные особенности Германии и России. Сравнительный анализ 25](#_Toc356319798)

[2.1 Социокультурные особенности Германии – исторические предпосылки, классификация, анализ 26](#_Toc356319799)

[2.2 Социокультурные особенности России – исторические предпосылки, классификация, анализ 34](#_Toc356319800)

[3. Российско-немецкие торгово-экономические отношения. Перспективы их развития в контексте социокультурных особенностей России и Германии 44](#_Toc356319801)

[3.1 Влияние социокультурных факторов на экономические отношения между Россией и Германией. 44](#_Toc356319802)

[3.2 Структура экономических отношений между Россией и Германией 48](#_Toc356319803)

[3.3 Деловое общение с представителями немецкой культуры 55](#_Toc356319804)

[Заключение 62](#_Toc356319806)

Список используемых источников……………………………………………..62

**Введение**

**Актуальность исследования**. Федеративная Республика Германии – одна из сильнейших стран Европейского союза, экономический локомотив региона, а также надежный и перспективный партнер Российской Федерации. Несмотря на то, что Европейский союз, как интеграционная единица, переживает в настоящее время не самый блестящий период, Германия остается государством, которое олицетворяет собой стабильность, надежность и перспективы - признаки, необходимые России для построения взаимовыгодных, долгосрочных отношений. Именно поэтому российско-немецкие отношения представляют большой интерес для исследования и требуют внимательного изучения, для последующего анализа и прогнозирования.

Согласно официальному сайту посольства Российской Федерации в Германии, основная движущая сила и фундамент российско-германских отношений – это развитое экономическое и торговое сотрудничество, которое, несмотря на нестабильную ситуацию в мировой экономике лишь укрепляется и усиливается.[[1]](#footnote-1)

Говоря именно о торгово-экономических отношениях между Россией и Германией, необходимо заметить, что они имеют непростое историческое развитие, насчитывая несколько примечательных вех. Оба государства в определенные периоды истории претендовали на роль мирового лидера, ставили перед собой цель мирового господства, что и определяло общую внешнеполитическую стратегию по отношению к другим странам. После окончательного объединения германских земель в конце 19 века и образования СССР в начале 20 века, мир вступил в эпоху мировых войн, результат которых повлиял на всю геополитическую картину мира и во многом определил современный мировой порядок.

Однако наиболее значимым периодом для данного исследования становится современная история после окончательного распада Советского Союза и объединения Европы, так как активизировавшиеся после этих событий процессы глобализации и интернационализации стали причиной сближения культур в международном масштабе, активной интеграции политических и экономических акторов. Этот факт заставил по новому взглянуть на проблемы межкультурной коммуникации, стал поводом рассматривать экономические отношения через призму социокультурных особенностей государств.

Действительно, несмотря на то, что большинство экспертов в настоящее время используют подход реализма, изучая экономические аспекты в отношениях между государствами, все чаще можно услышать высказывания о возрастающем влиянии нематериальных факторов на международные экономические отношения. Данный подход, известный науке как конструктивизм, приобрел мировою известность после работы А. Вендта - «Анархия – это то, что из нее делают государства: социальное конструирование политики с позиции силы».[[2]](#footnote-2)

Последователи этого движения, рассматривают любой процесс в международных отношениях с социологической точки зрения, утверждая, что сами же акторы мировой политики конструируют международные отношения. При этом конструктивисты не отрицают значимость других направлений в рамках теории международных отношений, а лишь настаивают на дополнении их социологическими факторами. Таким образом, следует подробно рассмотреть российско-германские экономические отношения с точки зрения конструктивистского подхода – направления, когда за основу берется «социальная действительность» международных отношений.

Несмотря на то, что Россия и Федеративная Республика Германия находятся в относительной географической близости, зачастую можно наблюдать существенные различия в национальной идентичности, менталитете и базовых ценностях. Таким образом, важно понять, так ли далеки культуры этих стран друг от друга и возможно ли построение взаимовыгодного, перспективного сотрудничества между государствами, если мы будем учитывать социологические факторы в дополнение к другим направлениям теории международных отношений.

**Методологией исследования** работы стали научные труды отечественных и зарубежных авторов в области изучения влияния социокультурных особенностей на межгосударственные взаимоотношения. Как уже было сказано выше, одним из наиболее значимых направлений, изучающим это явление является конструктивизм. Стоит упомянуть труды наиболее известных ученых, занимающихся этой проблематикой, идеи которых были проанализированы в данном исследовании – А. Вендт, Р. Джепперсон, О. Клоц, П. Бергер, В. Попков.

Методологической основой данного исследования становятся также такие понятия как - межкультурная коммуникация и национальные особенности России и Германии. Наиболее подробно характеристика этих понятий описана в работах следующих исследователей: Льюис Р., Хофстеде Г., Трампенаарс Ф., Грушевицкая Т.Г., Гудков Д.Б. В работе использовались различные методы, включая исторический и сравнительный анализ, с помощью которого была сделана попытка максимально близко приблизить теоретические рассуждения к практическим реалиям на конкретных примерах. Идеи и выводы вышеуказанных авторов были переосмыслены и изучены и составили базу для анализа автором данной проблематики.

**Объект исследования** - социокультурные особенности Германии и России.
**Предметом исследования**, в свою очередь, будет являться влияние этих особенностей на российско-немецкие экономические отношения.
**Цель работы** - анализ влияния социокультурных особенностей России и Германии на торгово-экономические отношения между этими странами.

Вышеизложенная цель будет достигнута при помощи решения следующих **задач**:

* Определить роль социокультурных особенностей в международных отношениях и экономики
* Рассмотреть существующую классификацию социокультурных особенностей, а также типологию культурных измерений
* Выявить основные предпосылки формирования социокультурных особенностей России и Германии
* Описать основные характеристики немецкой и российской деловой культуры
* Провести анализ состояния и структуры российско-германских торгово-экономических отношений
* Составить перечень рекомендаций для более эффективного взаимодействия с представителями немецкой деловой культуры

В работе выдвигается предположение, что в современном глобализированном мире межкультурная коммуникация играет одну из первостепенных ролей при реализации эффективного межгосударственного экономического сотрудничества. Рост производительности международных компаний во многом зависит от успешной адаптации методов управления к типу корпоративной культуры государства, на рынке которого осуществляется деятельность предприятия. Таким образом, при стратегическом планировании к вхождению на рынок Германии, российским компаниям следует уделить особое внимание вопросу изучения деловой культуры этого государства. В этом случае, российские предприятия смогут повысить конкурентоспособность на отечественном и международном рынке, а также повлиять на эффективность двустороннего сотрудничества с немецкими компаниями, что положительно отразится на торгово-экономических отношениях между Россией и Германией в целом.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

В первой главе рассматривается значение социокультурных факторов в экономике и международных отношениях на сегодняшний момент. Доказывается неизбежность кросс-культурной коммуникации в связи с глобальными экономическими процессами в настоящее время. Приводятся примеры существующих теорий культурных измерений, а также классификации социокультурных особенностей, таких авторов, как Гирт Хофстеде, Ричард Льюис, Фон Трампенаарс и Чарльз Хэмпден-Тернер.

Вторая глава посвящена непосредственно описанию социокультурных особенностей России и Германии, в соответствии с классификациями, описанными в первой главе. Рассматриваются исторические, географические и религиозные предпосылки формирования этих особенностей, а также проводится сравнение России и Германии по некоторым параметрам культурных измерений.

Третья глава включает в себя анализ торгово-экономических отношений между Россией и Германией на сегодняшний день, место и роль России в экономике Германии, с точки зрения инвестиционных вложений. Рассматриваются основные данные по показателям экспорта и импорта между двумя странами. На основе статистических данных делается вывод о тенденции развития торгово-экономических отношений между государствами. Также, приводится пример основных проблем в данной сфере, на основе которых составляется список рекомендаций в отношении взаимодействия с немецкой деловой культурой.

**Глава 1 Социокультурные факторы в экономике и международных отношениях. Классификация и типология культурных измерений.**

* 1. **Значение социокультурных факторов в экономике и международных отношениях**

 В настоящее время нельзя отрицать, что мы являемся свидетелями общемирового преобразования. Процессы всемирной глобализации и интеграции, хотя и стали менее очевидны, однако до конца не утрачивают своей силы, трансформируя экономику и политику национальных государств. Происходящие в мире необратимые перемены, такие как, информационный бум, диктат компьютеризации, стремительная ориентация всего научного процесса в сторону бизнеса оказывают свое воздействие на все сферы жизни человечества, заставляя нас по новому анализировать отношения между странами, все больше обращая внимания на некоторые аспекты, которые оставались в тени долгие годы.

 Процессы глобализации и интернационализации экономики превратили мир в единую взаимосвязанную систему, в которой уже невозможно определить национальную принадлежность происхождения товаров и услуг, а их реализация перестала являться прерогативой лишь одной страны, становясь продуктом совместной деятельности человеческого капитала, ресурсов и технологий со всего мира. Масштабные слияния и поглощения компаний постепенно превращают предприятия в интернациональные корпорации, которые в последующем могут стать концернами мирового масштаба.

 В мире существует великое множество примеров такого положения дел. Компании «Форд» принадлежат акции других автомобильных корпораций по всему миру, таких как «Тойота», «Ниссан» и «Ягуар». «Дойче Банк» имеет крупную долю в бизнесе компании «Мерседес», а фирма «AT&T» в сотрудничестве с «Оливетти», а также с далекими в географическом смысле финскими компаниями “Нокиа” и «Коне» превратилась в международный коммерческий конгломерат. Происходит слияние компаний даже из перекрестных, косвенно связанных друг с другом областей. Корпорациям требуется постоянное увеличение мощностей производство, что происходит не только с помощью интенсивного расширения, но и экстенсивного, направленного на территориальное расширение и экспансию.

Такое положение дел происходит в связи с тем, что экономические агенты все острее чувствуют необходимость в сотрудничестве, осознают неизбежность коммуникации, из-за роста взаимозависимости между отдельными государствами и акторами международных отношений. Государства по всему миру нуждаются в продовольствии, технологиях и ресурсах других стран. Это еще раз доказывает необходимость тщательно исследовать вопрос о синергии культур, изучить степень открытости и готовности стран к корреляции, а также найти максимально эффективные способы межкультурной коммуникации.

В мире не осталось ни одной общности, которая бы не имела контактов или прямого взаимодействия с культурами извне, другими такими же общностями, народами и в целом окружающей средой. Человечество развивается, а вместе с ним рождаются прочные связи, превращая мировое сообщество во взаимосвязанный и взаимозависимый, единый организм, который в то же самое время стремится сохранить собственные, присущее каждой отдельной культуре особенности. Действительно, становится совершенно очевидно, что такое стремительное движение мирового сообщества к унификации и единению вызывает у многих народов обратную реакцию, заставляя их более остро ощущать необходимость сохранения своей особенной национальной идентичности.

Исследуя и анализируя культурные характеристики и национальные особенности других людей, их поведение, как в обществе, так и в хозяйственной сфере, мы сможем попытаться спрогнозировать их реакцию на наши предложения. Кроме того, это поможет нам предвидеть и их общее отношение к нам. Знание традиций и обычаев других культур сделает минимально болезненным неприятности от кросс-культурного общения, такие как культурный шок, а также позволит с легкостью преодолевать барьеры и трудности в общении с представителями других стран.

Таким образом, для построения взаимовыгодных, доверительных отношений между народами, совершенно необходимо разбираться во всех тонкостях этого культурного разнообразия, видеть и анализировать национальные особенности различных культур, а также серьезно относиться к возможной чувствительности отдельных общностей по отношению к собственным социокультурным особенностям. Важно также понимать степень готовности той или иной культуры к внешнему влиянию, так как в некоторых случаях особенная изолированность и закрытость может стать серьезным препятствием для построения межкультурной коммуникации или же к полному отказу от взаимодействия.

*Понятие этноцентризма и культурной «Эмпатии»*

Для того чтобы достичь успеха в сфере межкультурной коммуникации, стоит попытаться выйти за пределы ограниченности человеческого кругозора, обратить свое внимание на окружающий нас мир, постараться избавиться от преследующего многие народности этно- и эго- центризма. Рассматривая другие культуры через призму собственных ценностей и понимания действительности, мы лишаемся возможности беспристрастно оценивать национальные особенности других государств. Мы делаем непоправимую ошибку, позволяя себе судить о нравственности и моральности действий, исходя лишь из собственных установок, без понимания условий возникновения социокультурных особенностей различных этносов

Известный специалист в изучении межкультурной коммуникации Р. Льюис, в связи с вопросом о присущем многим народностям этноцентризме, формулирует понятие «Эмпатия», что означает способность человека к сопереживанию и понимаю, и утверждает, что это положение способствует преодолению "культурного империализма", культуроцентризма и "культурной близору­кости". В своем исследовании эксперт замечает, что в истоках человеческой природы лежит много общего, а наличие открытого и беспристрастного диалога с представителем другой культуры, способствует преодолению социокультурных противоречий, а также выходу за рамки ранее изученных стереотипов, которые зачастую не соответствуют действительности, однако создают противоречивое мнение о других нациях и культурах.[[3]](#footnote-3)

Такая же идея содержится и в других исследованиях на тему кросс-культурной коммуникации, авторы которых доказвают, что знание о социокультурных особенностях той или иной страны могут стать мостом к пониманию культуры в целом, а также позволят преодолеть барьеры в налаживание прочных связей между государствами. Эксперты, занимающиеся вопросом межкультурной коммуникации, настаивают, что человечеству необходимо время от времени адекватно и непредвзято оценивать последовательность собственных действий, осознавать свои сильные и слабые стороны, преимущества и недостатки. Это поможет мировому сообществу выйти на новый уровень коммуникации, укрепить связи и повысить эффективность сотрудничества.

*Культура, как результат человеческой коммуникации*

В современной науке существует великое множество определений понятия «культура», однако при изучении этого вопроса в рамках международных отношений, стоит в первую очередь принимать в рассмотрение культуру, как этническую общность народа. Это понятие подразумевает собой некую группу людей, проживающих на одной территории, определяющих себя как единую общность. Все это в дальнейшем формирует у них общие взгляды на жизнь, ценности и понимание действительности. Таким образом, складывается унифицированная система, которая взаимодействует с остальным миром по определенным правилам и в установленном членами общины порядке.

 Последователи теории создания культуры через коммуникацию настаивают, что любая локальная культура создавалась исключительно благодаря человеческому общению. Прародитель межкультурной коммуникации Эдвард Холл заявляет, что социализация человека и его принадлежность к той или иной культуре возможна только посредством общения и диалога. Каждое действие человека при коммуникации будет восприниматься его оппонентом через призму собственного восприятия и ценностей. Таким образом, культурные различия собеседников значительно повлияют на результат общения и могут иметь неоднозначное влияние на его итог.[[4]](#footnote-4)

*Конструктивизм – теория изучения роли социокультурных особенностей в науке*

При рассмотрении данной проблематики одно из центральных мест занимает новое направление в теории международных отношений и экономики – конструктивизм. Приверженцы данной теории связывают науку с явлениями Природы и сознанием человека, утверждая, что любое социальное явление, становится итогом взаимоотношения человека с Природой, плодом его мышления.

Действительно, социальные науки, такие как экономика и международные отношения представляют собой связную цепь событий, образуя при этом системы, постоянно взаимодействующих друг с другом и окружающим миром. Поведение этих систем напрямую зависит от поведения миров, порожденных нашей деятельностью. Действуя на Природу, человек меняет эти миры, а следовательно, и окружающую его социальную реальность, заставляя науку видоизменяться.

 Конструктивизм предполагает наличие определенного «творца», который определяет и сознательно конструирует науку. При этом результат этой деятельности зависит от внутренних ценностей и убеждений субъекта (отдельного индивидуума или же группы лиц). Таким образом, экономическая действительность формируется в результате воздействия определенных культурных характеристик и особенностей, зависит от человеческого поведения и должна быть рассмотрена в контексте социокультурных особенностей экономических акторов.[[5]](#footnote-5)

 Политические процессы, таким образом, конструируются в зависимости от развития государства, эволюции межгосударственных отношений, а также построения новой идентичности. В отличие от теории реализма, система международных отношений воспринимается последователями конструктивизма как результат обмена идеями между акторами. Согласно экспертному мнению, «проблема мира и войны напрямую зависит от степени близости культур, национальных характеристик и особенностей, а анархия международной системы представляет собой результат человеческой деятельности в контексте определенных исторических условий»[[6]](#footnote-6)

В связи с этим, при изучении отношений между государствами, основное внимание должно быть сосредоточено на изучении именно внутрикультурных процессов. Исследование отдельных национальных характеристик станет основой для анализа всей системы международных отношений, делая возможным судить об общем через частное. Мировая политика не может быть унифицирована едиными законами и правилами - система международных отношений это живой, дышащий и постоянно развивающийся организм, который состоит из общественных единиц, не только подверженных влиянию извне, но также и самостоятельно влияющих на окружающую среду, постоянно видоизменяя наш мир.

Для того чтобы наиболее точно разбираться в понятии социокультурных особенностей стран, необходимо ознакомиться с существующей классификацией этого понятия. С целью упрощения, исследователи зачастую объединяют несколько локальных культур, связанные схожими характеристиками, будь то географическая близость, или же единые культурные особенности, такие как язык и религия. Принимая в рассмотрение аспекты экономических отношений между странами, необходимо осознавать истоки основных национальных характеристик и особенностей в отношении населения к торгово-экономическим связям, системе товарообмена и денег.

 Глобализация и интернационализация превратили мир в единую взаимосвязанную систему, в которой подчас невозможно определить национальную принадлежность происхождения товаров и услуг, а их реализация становится задачей совместной межгосударственной деятельности. Это еще раз доказывает необходимость тщательно исследовать вопрос о синергии культур, а также найти максимально эффективные способы межкультурной коммуникации. Стоит попробовать избавиться от стереотипного мышления, принять в рассмотрение все разнообразие культур. Конструктивизм – международные отношения это результат обмена идеями между акторами, следовательно, внимание должно быть сосредоточено на изучении именно внутрикультурных процессов.

**1.2. Классификация социокультурных факторов в науке.**

Как уже говорилось выше, культурное разнообразие это понятие непростое и многогранное, изучение которого осложнено наличием серьезного недопонимания между народами, начиная от лингвистических трудностей, заканчивая различными представлениями о гендерном вопросе. Люди по всему миру, используя одни и те же слова и понятия, вкладывают в них подчас диаметрально противоположный смысл, что превращает межкультурную коммуникацию в длительный, трудоемкий процесс.

Тем не менее, эксперты со всего мира стремятся составить наиболее точное описание социокультурных особенностей различных этносов, так как само по себе изучение этого вопроса не только помогает расширить наш кругозор, но и в случае грамотного использования, приносит необычайную пользу. Однако стоит сразу заметить, что определение и анализ национальных особенностей дело не благодарное, так как в нашем глобализированном мире все чаще можно встретить яркие исключения, не подходящих под существующие классификации социокультурных факторов. Несмотря на это, исследователям удается разработать некую национальную норму, определенные обобщенные характеристики, которые могут быть применены для описания всей нации в целом.

В настоящее время существуют множество концепций, разработанных экспертами в сфере межкультурной коммуникации, для систематизированного анализа социокультурных особенностей наций. В данной работе приводится примеры наиболее известных и популярных теорий, которые описывают влияние социокультурных факторов на межгосударственные отношения.

*Параметры культурных различий Ричрда Льюиса*

Известный английский культуролог Р. Льюис, впервые ввел новый критерий для сопоставления культур, исходя из отношения нации ко времени, то есть отношения к изменению реальности. В соответствии с исследованием ученого, культуры могут быть разделены на три типа: **моноактивные, полиактивные и реактивные**. В своей работе Р. Льюис также дает и характеристику этих критериев с конкретными примерами.

Согласно экспертному мнению, **моноактивная** культура, или по-другому, культура с линейным отношением ко времени, предполагает выполнение человеком действий последовательно, одно за другим. Начало одного этапа активности непременно требует окончание предыдущего, что соответственно выстраивает события один за другим, линейно. представителей данного типа культуры отличает методичное и пунктуальное выполнение действий, не отвлекаясь на другие задачи. Такой культурной характеристикой обладают англичане, американцы, северные европейцы, немцы и другие англосаксы, которые организуют свой жизненный распорядок, в соответствии с последовательной организацией времени.

Не составляет труда догадаться, что **полиактивная** культура является противоположностью моноактивной и предполагает выполнение нескольких задач одновременно. Представители данной культуры, начинают выполнение нескольких этапов деятельности сразу, не придерживаясь последовательности и линейности. Следует также добавить, что в связи с такой многозадачностью, нередко начатые этапы действий не доводятся до конца, что лишает данные культуры пунктуальности и методичности. К данному типу культуры относятся латиноамериканские и южноевропейские государства, к тому же, многие исследователи относят и Россию к группе полиактивных культур. Однако в соответствии с мнением Ричарда Льюиса, культура Российской Федерации в равной степени содержит в себе характеристики как полиактивной, так и реактивной культуры, в связи с высокой контекстностью российской культуры.

**Реактивная** культура характерна, в первую очередь, для азиатских стран и предполагает достаточно гибкое отношение ко времени, которое определяется не четко намеченными планами и целями, а зависит от сложившихся обстоятельств. Меняющийся контекст будет определять саму реакцию на время. Этот факт, к слову, роднит реактивные культуры с полиактивными, так как предполагает мягкое отношение ко времени и планированию.
 Интересным является и факт перспективности развития трех культур. По данным исследования Льюиса, представители полиоктивных и реактивных культур, видят в качестве идеальных партнеров культуры моноактивные, с их направленностью на результат и последовательностью действий. Вместе с тем, при строительстве межкультурной коммуникации, моноактивные культуры также предпочитают вести диалог с себе подобными.

Этот факт также оказывает значительное влияние и на экономические отношения России и Германии, что в первую очередь важно в контексте рассматриваемой проблематики. Как уже было сказано выше, в немецкой деловой культуре отношение ко времени линейное, а последовательность и методичность в выполнении действий, считается залогом успеха и благосостояния. Следовательно, партнеры из полиактивных или реактивных культур, с их концептуальным и всеобъемлющим подходом к ведению бизнесаа, рассматриваются как менее надежные, что не может повлиять на интенсификацию сотрудничества. Делая выводы о перспективности развития российской реактивно-полиактивной культуры, хотелось бы заметить, что для установления взаимовыгодного, партнерского диалога со странами, культурной особенностью которых является линейное отношение ко времени, российским бизнесменам необходимо развивать в себе методичность и последовательность исполнения действий.

*Теория культурного измерения Г. Хофстеде*

Отношение ко времени, однако является не единственной характеристикой, объединяющей культуры. Следует привести и другие примеры теорий культурных измерений, описывающих набор ценностных характеристик, влияющих на установки, моральные нормы и этическое поведение их представителей. Наиболее подробная классификация типов культур была составлена голландским ученым Гиртом Хофстеде, который выделил 4 основных группы культурных измерений:

1. *Дистанция власти в рассматриваемой культуре.*

Этот критерий предполагает изучение степени иерархичности культуры, описывает дистанцию власти между подчиненными и начальством в предприятии, а также анализирует общее отношение к неравномерному распределению власти в обществе.

**Высокий уровень дистанции власти** в культуре предполагает открытую демонстрацию собственной власти в обществе, строгий контроль над подчиненными, а также наличие в обществе жесткой иерархии. Говоря о конкретных примерах, стоит заметить, что высокая дистанция власти характерна, в большей степени, для азиатских, латиноамериканских и африканских государств. Ярким представителем государства, в котором отчетливо наблюдается неравномерное распределение власти, является и Россия, которой на основе экспериментальных данных Г. Хофстеде, присвоен один из самых высоких коэффициентов в отношении данного вопроса.

В культурах с **низкой дистанцией власти**, на смену жесткой авторитарности власти приходит равенство в отношениях и индивидуальная свобода. Сокращается дистанция между начальником и подчиненными, а  стиль общения носит более консультативный характер. сотрудники всегда могут подойти к своему шефу с вопросом или высказать критические замечания. Низкая дистанция власти является отличительной чертой государств северной и центральной Европы, и англосаксонских государств.

1. *Индивидуализм-коллективизм.*

 Рассмотрение культур в контексте этого измерения, предполагает изучение степени общественной интеграции/сепаратизма. Как и следует из названия этого критерия, **коллективистские культуры** делают акцент на групповую активность, предпочитая разрешать все проблемы сообща, в коллективе. Таким образом, все индивидуумы будут рассматриваться с точки зрения их групповой принадлежности, а ценностные стандарты устанавливаться , в первую очередь, исходя из интересов группы. В большой степени такими культурными характеристиками обладают азиатские страны и страны арабского Востока. Россия – государство с ярко выраженными признаками коллективизма.

С другой стороны, в **индивидуалистских культурах**, по словам Г. Хофстеде, прослеживается «эмоциональная независимость индивидов от групп, организаций или других коллективов». В индивидуалистских культурах в значительной степени наблюдается сепаратизм в обществе, ориентированность на личностные достижения. Ценностное ориентирование таких культур ставит в центр успех и дает импульс любым самостоятельным действиям личности. Эти факторы оказывают влияния на все сферы общественной жизни, что порождает определенные культурные установки. Г. Хофстеде называет страны англосаксонской цивилизации, а именно США, Англию, Австралию наиболее яркими представителями индивидуалистских культур. Кроме того, к данной культурной группе относятся и страны Западной Европы, в том числе и Германия.

3. Следует также обратить внимание на понятие **избегание неопределенности**. Этот критерий культурного измерения изучает отношение к закону в обществе, а также склонность к риску и неопределенности. В этом случае, **высокое избегание неопределенности** будет означать стремление к порядку и стабильности, что исключило бы любую вероятность риска. Наиболее яркие представители этой группы – Германия, Швейцария, Япония и некоторые страны Латинской Америки.

С другой стороны, **низкий уровень избегания неопределенности** подразумевает спокойное отношение к риску, спокойное отношение к разногласиям . К такому типу культуры в основном относят Сингапур, США, Великобританию и Индию. Стоит заметить, что в отношении России, эксперты не дают точной информации, говоря о том, что в стране одинаково сильны обе характеристики, так как стремительно изменяющаяся российская действительность, сочетается с определенной стабильностью и нежеланием перемен в политической, а также некоторых других сферах общественной жизни.

*4. Соотношение женственности-мужественности культуры.*

Мужественная культура определяется наличием таких характеристик, как уверенность в себе, ориентированность на личностные достижения, материальный успех и власть. Акцент в культуре ставится на карьерные достижения, при этом в работе в первую очередь ценится самоуверенность, решительность и конкурентоспособность. США, Великобритания, Япония и Германия – наиболее яркие представители маскулинной (мужественной) культуры.

В отличие от мужественной, в женственной культуре предпочтения отдаются, в первую очередь, личностным отношениям, качеству жизни и благосостоянию. Представители данных культур тратят большое количество времени на сопереживание и сочувствие к своим коллегам по работе, доминирующими ценностями в обществе считаются взаимоотношения между людьми, забота о других и всеобщее качество жизни. Эксперты относят к женственным культурам латиноамериканские страны, южноевропейские (Испания, Франция) и некоторые азиатские страны. Россию и в этом случае определяют в особую группу, так как присутствуют черты как женственной, так и мужественной культуры.[[7]](#footnote-7)

*Модель культуры Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера*

Классификация кросс-культурных различий в соответствии с исследованиями голландских ученых Фона Тромпенаарса и Чарльза Хэмпден-Тернера, предполагает рассмотрение межгосударственных отношений в рамках глобальной деловой среды. Таким образом, оцениваются различия между корпоративными культурами и измерениями, с использование 7 шкал: 1. универсализм-партикуляризм, 2. конкретность-диффузность, 3. индивидуализм-коллективизм; 4. эмоциональность-нейтральность, 5. достижение-аскрипция, 6. отношение ко времени, 7. отношение к природе.

Совокупное сочетание этих понятий разделяют воображаемую координатную плоскость на 4 квадрата, с использованием следующих измерений: **равен­ство—иерархия** и **ориентация на личность — ориентация на задачу**. (рис. 1)

Классификация Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера представляет особый интерес для данной работы, так как описывает различия корпоративных культур и организаций, которые являются акторами международного бизнеса и экономических отношений.

Таким образом, образуются 4 типа корпоративной культуры:

1. «Семья»
2. «Эйфелева башня»
3. «Самонаводящаяся ракета»
4. «Инкубатор»

рис. 1[[8]](#footnote-8)

1. *Культура, ориентированная на личность – «Семья».*

Данной корпоративной культуре соответствуют следующие характеристики: уважение личности, тесные связи в коллективе, внимание к каждому индивидууму. С другой стороны, отличительной чертой этой группы является строгая иерархия и ориентированность на власть. Глава предприятия воспринимается как «отец», а подчиненные как «дети», что, в свою очередь, устанавливает естественную патриархальную иерархию. «Власть в организации «се­мейного» типа не встречает трудностей в том смысле, что ее считают зависимой не от выпол­няемых функций, а от «приписанного» ей ста­туса». [[9]](#footnote-9) Сильно также и уважение к возрасту и опыту по выслуге лет. Основным критерием для руководителя является – возраст, опыт, забота о подчиненных. Принципы этой модели традиционно превалируют в южноевропейских странах (Италия, Испания, Греция, Кипр), в странах Азии и Латинской Америки. В эту группу следует также отнести и Россию, так как межличностные отношения играют большую роль в структуре российских организаций.

1. *Культура – «Эйфелева башня»*

Этот тип культуры предполагает, что структура организации, подобно Эйфелевой башне, высока и стабильна, напоминает форму треугольника и надежно защищена от внешнего воздействия. В организации такого типа все функции и полномочия четко разделены между сотрудниками, а управление происходит точно сверху, как бы с вершины башни. Иерархическая структура «Эйфелевой башни» значительно отличается от «семейного» типа и предполагает контроль над нижестоящими уровнями только в зависимости от четко сформулированных инструкций. При этом начальник больше не рассматривается как «отец» предприятия, а представляет собой не более чем социальную роль с набором определенных полномочий, закрепленных в контракте. Любое проявление личных отношений считается пагубно влияющим на организацию предприятия, размывающим четки границы полномочий и ролей сотрудников. Самые яркие представители данного типа культуры – США, Германия, Австрия, Австралия.

1. *Культура, ориентированная на проект – «Самонаводящаяся ракета»*

Главной ценностью корпоративной культуры данного типа является, в первую очередь, эффективность сотрудника, его вклад в предприятие. В связи с этим, все участники организации в равной мере допускаются до решения той или иной проблемы. Данная корпоративная культура не предусматривает такого же жесткого распределения организационных ролей и обязанностей, как в «Эйфелевой башне», однако последняя зачастую дополняет культуру «самонаводящейся ракеты», что обеспечивает предприятию не только высокую эффективность, но также стабильность и защиту от внешнего воздействия. Страны, в которых традиционно распространен данный тип корпоративной культуры – Великобритания, Нидерланды и Скандинавские страны.

1. *Корпоративная культура типа «Инкубатор»*

Последняя рассматриваемая культура по типологии Ф. Трампенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера, культурный «инкубатор» - комплексное понятие, которое выдвигает предположение, что любой вид организации, создан, прежде всего, для самореализации человека и должен освободить его от рутинных занятий в пользу творчества. Основываясь на этом принципе, предприятия данной корпоративной культуры создаются в основном творческими, инициативными коллективами и в своей деятельности стремятся отражать все последние инновационные разработки и новинки. Автор приводит конкретные примеры компаний в «Кремниевой» и «Силиконовой» долинах, созданных активными предпринимателями со всего мира. Это является отличным примером того, что данная группа зависит не столько от национальных характеристик, сколько от желания молодых предпринимателей объединять блестящие идеи для развития собственного бизнеса. [[10]](#footnote-10)

Стоит, однако, заметить, что на практике крайне редко встречается «чистый» вид корпоративной культуры. Современные процессы глобализации и интернационализации привели к тому, что типы культур пересекаются и накладываются друг на друга, создавая в корпорациях сложную, взаимодополняемую систему норм и ценностей. Зачастую, анализирую одну и ту же форму культуры, разные эксперты будут давать разную оценку эффективности ее организации, исходя из собственных ценностей и представлений. Таким образом, Ф. Трампенаарс в конце своего исследования делает вывод, что наилучшего или же наихудшего способа организации управления не существует, и каждая корпоративная культура, несмотря на свои недостатки или достоинства, является уникальным явлением.

Таким образом, культурное разнообразие это понятие непростое и многогранное, изучение которого осложнено наличием серьезного недопонимания между народами. Тем не менее, эксперты со всего мира стремятся составить наиболее точное описание социокультурных особенностей различных этносов, разработать некую национальную норму, определенные обобщенные характеристики, которые могут быть применены для описания всей нации в целом. Вот некоторые из них:

Р. Льюис моноактивные, реактивные и полиактивные культуры. Центральный вопрос в исследовании – отношение наций ко времени.

Г. Хофстеде – 1. Коллективизм/индивидуализм 2. Женственность/мужественность 3. Дистанция власти 4. Избегание неопределенности

Ф. Трампенаарс, Ч. Хампден-Тернер – 4 вида корпоративных культур, в соответствии с 7 измерительными шкалами: 1. Эйфелева башня 2. Семья 3. Самонаводящаяся ракета 4. Инкубатор

Не существует «плохих» или «хороших» культур, каждая уникальна по-своему.

**Глава 2. Социокультурные особенности Германии и России. Сравнительный анализ**

Возвращаясь к непосредственному объекту данного исследования – социокультурным особенностям России и Германии, следует внимательно рассмотреть факторы оказавшие влияние на формирование национальной идентичности этих стран. Необходимо принять во внимание исторические предпосылки, географические особенности, а также религиозную составляющую в формировании национальных характеристик, для получения более подробной информации о деловых культурах обеих стран.

В связи с этим, следует провести анализ культур рассматриваемых государств в соответствии с типологиями культурных измерений описанных выше, найти общее и различное для понимания основных потенциальных проблем во взаимодействии между российской и немецкой деловой культуры. Необходимо выявить причины, повлиявшие на отношение к хозяйственной деятельности обеих стран, для последующего анализа влияния социокультурных особенностей на экономические отношения между странами.

Формирование любой культуры – это долгий, многоуровневый процесс, на который оказывает влияние множество факторов и явлений. В данной главе будет проведен анализ формирования и развития культурных особенностей России и Германии, а также рассмотрены основные трудности во взаимоотношениях между культурами.

**2.1. Социокультурные особенности Германии – исторические предпосылки формирования, классификация, анализ.**

*Протестантизм – причина особого отношения к хозяйственной деятельности в Германии*

В первую очередь стоит обратить внимания на исторические предпосылки, влияющие на формирование социокультурных особенностей нации. Еще в начале 20 века, немецким социологом М. Вебером было проведено исследование по теме формирования западного образа мышления, основанного на этике протестантизма.

Действительно, принимая во внимание историческое развитие Запада, а в особенности Европы, следует помнить об огромном влиянии католической церкви в Средние века на все сферы человеческой жизни. Однако стремительно развивались идеи реформации, что сделало бы религию более доступной для простого населения. Общество нуждалось в модернизации, и, учитывая колоссальное значение церкви в те времена, эти нововведения были навязаны населению с помощью религиозного учения. После проведенной реформации под предводительством Лютера в Германии и Кальвина в Швейцарии были выработаны основные идеи и ценности протестантизма.

Были разработаны следующие постулаты: счастливая загробная жизнь могла быть доступной только избранным Богом. В то же самое время, эта особенность напрямую зависела от материального успеха на Земле, приучая людей к постоянному труду, особенно на поприще предпринимательства. Не удивительно, что имея в основе этого религиозного направления такие догмы, главными ценностями протестантизма стали: труд, частная собственность, а также закон, регулирующий два первых понятия. К тому же, практичность, расчетливость, стремление к равенству и независимости, а также конкурентоспособность и чувство превосходства стали такими же признаками высокодуховности в протестантизме, как смирение, покаяние и самопожертвование.

На основе этих идей, была выработана теория экономического развития Запада, основанная на религиозной составляющей. В своей работе М. Вербер высказывает идею о том, что протестантизм стал основой для капитализма и является причиной успеха Западных стран в экономическом развитии. Становится совершенно очевидным, что ценности протестантской рабочей этики, описанные выше, значительно влияют на экономическое мышление нации, создают прочную уверенность в священности предпринимательской деятельности, а также создают культ производства, что естественно повышает общее благосостояние страны.[[11]](#footnote-11)

*Немецкие ценности. Тип деловой культуры Германии*

Так как Германия была одной из стран-родоначальниц протестантизма, социокультурные особенности нации во многом формировались под влиянием этих ценностей, определяя особое отношение к работе, деньгам и труду. Этот факт представляет особенный интерес для данного исследования, так как может быть положен в основу выстраивания взаимовыгодного диалога в экономических отношениях с Германией.

Придавая огромное значение имуществу и собственности, немцы стараются произвести впечатление на оппонентов своей недвижимостью, одеждой и автомобилем. При этом представители немецкой культуры ждут от партнера такой же основательности в деталях, надеясь, что он не будет уступать им в солидности. Самым приемлемым поведением в отношении этой национальной особенности станет признание немецкого великолепия, а также демонстрация собственных заслуг. Это станет для немцев знаком надежности партнера и будет являться основой взаимовыгодных отношений.

В целом, немецкие компании это малоподвижные, иерархичные организации, в которых наблюдается четкое разделение обязанностей и полномочий между подчиненными, а также присутствует строгая вертикальная система, при которой начальник – особенно почитаемый человек, недоступный простым служащим. Акцент делается на заключении долгосрочных и высокоприбыльных контрактах с надежными компаниями.

Принимая в рассмотрение типологию Ф. Трампенаарса, можно с уверенностью заявлять, что имеет место тип культуры «Эйфелева башня», которая ориентирована в первую очередь на роль человека в организации, определяя его статус через звания и полномочия, которыми он обладает. Не случайно многие исследователи немецкой культуры, обращают внимание на тот факт, что в немецких организациях необходимо формальное обращение ко всем служащим, начиная с секретарей, заканчивая высшим начальством. [[12]](#footnote-12)

Формальность прослеживается во всех сферах общественной жизни Германии. Миром правит порядок, следовательно, все должно быть точно регламентировано и подчиняться правилам и законам. В отличие от некоторых англосаксонских государств, у представителей немецкой нации нет склонности к эксцентричности, что продиктовано желанием не совершать ошибок и неуклонным стремлением к порядку. Большинству иностранцев такой тип деловой жизни кажется слишком тяжеловесным и медленным, однако в понятии жителей Германии, того требует стабильность и благополучие.

Другой отличительной чертой этого типа корпоративной культуры является четкое разделение личных и деловых отношений. В связи с этим, должен соблюдаться деловой этикет, который не допускает использование юмора и разговоров на отвлеченные темы во время сделки или деловых переговорах. В целом, сферы личного и делового общения ни в коем случае не должны пересекаться, так как создается видимость фаворитизма, что не приемлемо для немецкой деловой культуры. Именно поэтому в Германии не принято дарить деловые подарки, так как это может стать намеком на взятку.[[13]](#footnote-13)

Во время ведения переговоров, для немцев главное четкость, дисциплина, прямота и хорошая подготовка. Как можно больше внимания стоит уделять информационной части, а именно печатным материалам, которые должны содержать внушительное количество статистических данных и цифр. При этом оформление, громкие лозунги и кричащие маркетинговые ходы не произведут должного влияния на представителей немецкой деловой культуры. Если партнерская сторона совершит ошибку, она тут же будет замечена немецкой делегацией, однако это не является проявлением грубости, как может показаться с первого раза, а лишь еще раз доказывает желание немцев во всем и всегда быть справедливыми.

Такое стремление к точности и стабильности порождает у нации особое отношение ко времени. Действительно, время является одним из центральных понятий в немецкой культуре, способствует организации жизненного пространства. Учитывая тот факт, что представителями немецкой культуры ценится линейность и методичность в выполнении действий, можно судить о моноактивности данной культуры. Действительно, принимая в рассмотрение классификацию Р. Льюиса, становится очевидным, что Германия – ярчайший представитель моноактивной культуры, требующая от человека последовательного выполнения действий. Любой этап активности не может быть начат, пока не закончится предыдущий.

В свою очередь, это порождает чрезмерную обособленность и бюрократию немецкой культуры, что вызывает значительные трудности для взаимодействия с иностранцами и лишает немцев определенной мобильности. Этот фактор также вносит существенный вклад в экономические отношения с Россией.

По данным Центра по изучению доступа на немецкий рынок (German Center for Market Entry), одной из основных трудностей для российского бизнеса в Германии являются бюрократические преграды, такие как комплексная система налогообложения, а также проблемы с получением визы и вида на жительство. Проблем российскому бизнесу добавляет также сложная экономическая система Германии. Российскому инвестору нелегко дается понимание чересчур формальной и регламентированной политико-правовой и управленческой системы государства, которая зачастую ставит бизнес в особенно жесткие рамки, заставляя непреложно соблюдать установленные правила.[[14]](#footnote-14)

В связи с этим, основная доля российских компаний, интегрирующихся на немецкий рынок – это большие, сырьевые ТНК, которые способны выдержать натиски бюрократических препонов, а также, чей управленческий аппарат способен существовать в рамках строго иерархичной системы. Не случайно, по данным отчета GTAI (Germany Trade and Invest), на 2012 год, нефть и газ являются основными статьями российского импорта в Германию (53,7% и 27,8% соответственно).[[15]](#footnote-15)

Однако вышеописанные трудности не являются единственными в экономических отношениях России и Германии. Возвращаясь к вопросу о национальных особенностях данной культуры, следует проанализировать культурные аспекты согласно классификации Г. Хофстеде, для определения расхождений с национальными особенностями Российской Федерации, что может стать серьезной преградой на пути построения взаимовыгодных отношений.

На рисунке 2 представлен график культурного измерения немецкой национальной культуры, в соответствии с основными критериями культурного измерения Г. Хофстеде.

 рис. 2[[16]](#footnote-16)

*Дистанция власти в обществе*

Как видно из графика, в Германии **низкая дистанция власти**, что является индикатором ровного распределения власти в обществе. Это также означает, что население, по большей части, ожидает справедливости и демократии со стороны государства. Такое положение дел не случайно – высокая степень децентрализация власти, а также поддержка сильного среднего класса в обществе, привело к тому, что в Германии была установлена одна из самых низких отметок в мире – 35 баллов.

В связи с этим, в немецких организациях приветствуется совместное выполнение задач, а во время деловых встреч больше всего распространен прямой способ обмена знаниями и опытом, с помощью непосредственной коммуникацией между дискутирующими сторонами. Несмотря на довольно высокую степень иерархичности немецких организаций, жесткий контроль не приветствуется. В выборе руководителя предпочтение всегда отдается опытным и высокообразованным кандидатам.

*Индивидуализм/коллективизм*

Немецкое общество по-настоящему **индивидуалистическое** – 67 баллов. В первую очередь это означает, что все ценности в обществе являются личностно-ориентированными, а самореализация представляется идеалом человеческого развития. Индивид в этом случае рассматривается вне его социальных связей и общности. Соответственно, наиболее ценными качествами будут являться – самостоятельность, ответственность и стремление к саморазвитию. Стоит также заметить, что одной из отличительных черт немецкого общества является прямота и честность, что также является характеристикой индивидуалистического общества.

*Мужественность/Женственность*

Высокий бал Германии в этом измерении (66), означает, что в обществе, прежде всего, превалируют идеалы конкуренции и успеха, что определяет **мужественный тип культуры.** В такой культуре делается акцент на производительность, а люди скорее «живут, чтобы работать». Самооценка зависит от успеха на работе, без которого, по мнению представителей данной культуры, не возможна самореализация. Статус нередко демонстрируется, причем с помощью материальных вещей, таких как дорогие автомобили, часы и недвижимость.

*Избегание неопределенности*

Германия – страна с **высоким коэффициентом избегания неопределенности** (65). Это означает, что население не склонно к риску, а предпочитает придерживаться такой идеи, что будущее возможно контролировать посредством закона и четкого планирования. В связи с этим, немецкое общество старается во всем и везде соответствовать установленному порядку (Ordnung), а высокая дисциплинированность и пунктуальность становятся отличительной чертой немецкой культуры. Во время деловых встреч и переговоров, этот же факт заставляет немцев быть хорошо информированными о делах партнерах, а также систематически возвращаться к деталям снова и снова, с целью избежать дальнейших разногласий.[[17]](#footnote-17)

Ценности протестантской рабочей этики, значительно повлияли на формирование мышления нации, в основном по отношению к хозяйственной деятельности. В соответствии с религиозным учением, стремление к труду, богатству и материальным ценностям поощряется, что стимулирует экономическую активность индивидуумов.

Немцы придают большое значение имуществу и собственности, в связи с этим, стараются произвести впечатление на оппонентов своей недвижимостью, одеждой и автомобилем. Это также позволяет им демонстрировать свой статус, значение которого крайне велико в Германии.

Согласно типологии корпоративных культур Ф. Трампенаарса, немецкий тип культуры - «Эйфелева башня», ценности которой, в первую очередь ориентированы на роль человека в организации, определяя его статус через звания и полномочия, которыми он обладает. Формальность прослеживается во всех сферах общественной жизни Германии. Культура моноактивная, в связи с этим у немцев рождается особое отношение ко времени.

По классификации Г. Хофстеде: низкая дистанция власти, мужественная культура, индивидуализм, высокое избегание неопределенности

**2.2. Социокультурные особенности России – исторические предпосылки формирования, классификация, анализ.**

Сильнейшее влияние на формирование российской культуры и национального менталитета оказало принятие христианства в восточном (православном) его варианте. Именно с этого момента было определено важнейшее геополитическое положение России – между Востоком и Западом, Европой и Азией. Это историческое событие дало начало важной внешнеполитической стратегии Руси, а затем и России – ориентации на восток.

В отличие от реформации на Западе, на Востоке попытка трансформации церковных традиций была встречена враждебно и привела к ожесточенным столкновениям. Таким образом, Православная церковь в России сохранила свои традиции и осталась в нетронутом первоначальном виде. В связи с этим, принципиально расходятся позиции восточного и западного варианта христианской веры по таким фундаментальным вопросам, как свобода человека, его земной долг и обязанности.

В православии личность человека считается самодостаточной, только в случае соборного единения людей, что олицетворяет сочетание единства и свободы, при этом, интересы собора ставятся выше интересов личности. Этот нравственно-религиозный идеал привел к серьезному противоречию, формирующему основу всей русской культуры – сочетанию коллективности и авторитарности, жесткой централизованной власти и обособленности русских общин.[[18]](#footnote-18)

По мнению русского философа Е. Трубецкого, не только этот факт повлиял на формирование двойственности и двусмысленности русской культуры. Ученый считал, что необходимо также учитывать географические факторы, а именно равнинный и степной ландшафт нашей страны, ставшей причинной тотальности русской власти, которая стремилась стать единственной возвышенностью, единственным центром, чтобы бороться против непрекращающихся набегов извне.

Бинарность и двойственность культуры стали причиной инверсионного развития русской истории. Постоянные колебания между двумя полюсами, Европой и Азией, Западом и Востоком сыграли значительную роль в развитии страны. Стремление успеть за всеми стал причиной того, что в культуре всегда сосуществовали старые и новые элементы. Способ насильственного прививания всего нового, практикуется и в настоящее время, а ломка старых систем происходит скачком, резко и стремительно, без возможности преобразования и трансформации.

В то же самое время, такая двусмысленность культуры способствовала развитию ее гибкости, сделала возможным для населения приспосабливаться к особенно трудным жизненным ситуациям, внесла в характер русского человека такие характеристики, как выживаемость и изворотливость. В соответствии с классификацией Льюиса, этот фактор также определяет и реактивность культуры, что означает отношение ко времени с учетом сложившихся обстоятельств и постоянно меняющегося контекста определенной ситуации.

Е. Трубецкой был не единственным ученым обратившим внимание на тот факт, что географические особенности Руси оказывают влияние на формирование национального характера. Известный историк В. Ключевский доказывал, что лес, степь и равнина имели особое значение для русской культуры. Лес и степь с одной стороны, внушали страх от внешних врагов, но с другой позволяли почувствовать простор и богатство русских земель. Русская равнина – пустынная и однообразная, заставляла человека углубиться в смутные раздумья, навивала чувство одиночества и покоя. Все это оказало определенное влияние на появление таких двойственных характеристик в русском характере, как спокойствие и уныние, тревога и, с другой стороны чувство невозмутимого покоя, предрасположенность к духовности, аскетизму и творчеству.

Известный исследователь в сфере межкультурной коммуникации Р. Льюис выделяет две основные причины в формировании русского характера: необъятные просторы России и суровость климата страны. По мнению ученого, огромная территория России становится причиной таких национальных особенностей русских людей, как коллективизм (желание объединиться против врага), уход в себя, а также подозрительность к иностранцам (постоянные оборонительные и захватнические войны). В то же самое время, неизменно суровый климат порождает следующие характеристики русского характера, такие как нерешительность и пассивность (связанная с неравномерными темпами работы), упорство (необходима значительная сила и стойкость для работы в таком климате), а также пессимизм. [[19]](#footnote-19)

*Русские ценности и российский тип хозяйства*

Несмотря на то, что христианство по своей сути не отрицает ничего материального, в отличии, к примеру, от буддизма, православная церковная мысль никогда не ставила в центр религиозного учения материальные блага. Русские церковные мыслители были значительно сдержаны в высказываниях в отношении экономической сферы, не слишком приветствовали протестантские идеи об избранности человека посредством земного труда. В связи с этим, многие эксперты отрицают само существование православной экономической этики.

Однако существует немало исследований, посвященных изучению отношения православной идеологии к экономической сфере общественной жизни. «Православие выстраивает определенную систему ценностей, в которой дух главенствует над материей, духовное над телесным, и вечное определяет временное и проходящее». В тоже время, Православие учит труду и уважает деятельность человека, утверждая, что через труд человек преобразует себя и Землю, что является его священной обязанностью.[[20]](#footnote-20)

Отношение к труду и экономике в целом было сформировано и другими ценностями русской культуры. Особое место в формировании отношений к хозяйственной деятельности у русской нации, занимает понятие община. Говоря о первоначальных ценностях русской культуры, в первую очередь следует понимать ценности русской общины, так называемого «мира». Как уже было сказано выше, коллективизм играет особую роль в характере русского человека, обладая историческими и религиозными предпосылками развития. Интересы коллектива, «собора», всегда ставились выше интересов личности. В связи с этим, в России способы действия ориентированы на отношения в коллективе, а не на цель, в отличие от западных культур. [[21]](#footnote-21)

Первоочередная ценность коллектива и общины, порождает и другой ценностный ориентир нации – справедливость. Действительно, для успешной организации общины, необходимо, чтобы отношения строились по принципу справедливости, всеобщего равенства перед коллективом. Члены общины имели право на ровные доли ее собственности, что рассматривалось как единственно правдивая истина. При этом отсутствовало понятие индивидуальной деятельности и индивидуальной инициативы, достижение которых было возможно только при полном выходе из общины, освобождении от ее власти. Таким образом, идея тотального равенства и справедливости стала центральной в российской общине, а также повлияла на мировоззрение всей русской нации.

В такой ситуации, понятие материального богатства не могло стать культурной ценностью. Зажиточных членов общины обвиняли в мошенничестве, а стремление к накопительству рассматривали как большой грех. Такое фанатичное отношение к понятиям равенства и справедливости сводило на нет развитие в обществе таких факторов рыночной экономики, как частная собственность, накопление богатства и экономическая свобода на земле. Уважение со стороны общины можно было заслужить не демонстрацией собственной успешности, а смирением и страданием во время «мира».[[22]](#footnote-22)

Таким образом, в русской культуре не было заложено стремление к постоянному труду и хозяйственной деятельности, что помешало трансформации общин в хозяйства рыночного склада. Преследуя высокие нравственные цели, а также придавая первоочередное значение таким прекрасным, но малоэффективным в условиях рыночной экономики, нравственным целям, как справедливость, равенство, терпение и смиренность, русской общине не удалось создать в характере русского человека достаточный импульс к труду и производительности.

*Российская деловая культура*

Принимая в рассмотрение вышеописанную информацию, можно с уверенностью говорить, о принадлежности российской корпоративной культуры к измерению «Семья», согласно классификации Ф. Трампенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера. В отличие от распространенной в немецком обществе корпоративной организации по типу «Эйфелевой башни», в организациях типа «Семья», акцент ставится на межличностные отношения. Связи или блатиграют ключевую роль в ведении бизнеса в России. Как и во всех других странах, ориентиро­ванных на взаимоотношения, в России, чтобы что-то сделать, надо иметь личные контакты.

На рисунке 3 представлен график, демонстрирующий характеристики российской деловой культуры, в сравнении с вышеописанными данными Германии, в соответствии с классификацией Гирта Хофстеде.

 рис. 3[[23]](#footnote-23)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|    | Германия | Россия |
| Дистанция власти | 35 | 93 |
| Индивидуализм | 67 | 39 |
| Мужественность | 66 | 36 |
| Избегание неопределенности | 65 | 95 |

*Дистанция власти*

Как видно из представленного графика, в России уровень дистанции власти один из самых высоких в мире – 93 балла. Это объясняется фактом крайней централизации власти в стране, а также в неравномерном распределением финансовых активов (80 % всего финансового потенциала сосредоточено в Москве, на которую также приходится 2/3 всех иностранных инвестиций поступающих в страну).

Такое положение дел способствует необычайной иерархичности и формализации общества, а также высокому значению статуса. Российская формальность проявляется в манере одеваться, приветствовать и прощаться с партнерами, а также в способе ведения переговоров и деловых встреч. Российская иерархичность сразу становится заметна иностранцу, так как все решения в организациях принимается человеком, который обладает самым высоким статусом и самыми широкими полномочиями. Другими словами, решения принимает тот, у кого вся власть.

Иерархичность общества и большое значения статуса является также отличительной чертой немецкой деловой культуры, однако коэффициент дистанции власти сильно отличается от российского показателя, что, несомненно, создает определенные трудности в сотрудничестве.

*Индивидуализм/Коллективизм*

Как уже было подробно рассмотрено в предыдущей части, Россия это ярко выраженная коллективистская страна, чем и обусловлен коэффициент в 39 баллов, против индивидуалистского немецкого общества с показателем в 67 пунктов. Как и в других коллективистских культурах, в России особое значение имеют личные отношения и связи. Ведение бизнеса, зачастую строится по принципу «ты мне, я тебе», отсюда и развитая в стране система коррупции и взяток.

Для немецких бизнесменов такое поведение является неприемлемым и противоречит знаменитой немецкой честности и открытости. В связи с этим, складывается стереотипное, предвзятое мнение о русских партнерах, как о нечестных игроках, получающих выгоду лишь от эксплуатации личных связей.

*Мужественность/Женственность*

Довольно низкий показатель в отношении этого культурного измерения, что определяет женственность культуры, может показаться удивительным, принимая во внимание высокую роль статуса в России. Однако на этот коэффициент оказал влияние высокий показатель дистанции власти. Действительно, приоритет личностных отношений, сопереживание коллегам, доброта, открытость в общении между людьми и любовь к праздникам наделяет данную культуры характеристиками женственности (фемининности).

По результатам сравнительных исследований, проведенных среди различных групп населения Германии, было установлено, что именно эти качества русского населения воспринимаются немцами как наиболее положительные, что способствует развитию партнерских взаимоотношений между нациями.[[24]](#footnote-24)

*Избегание неопределенности*

В отношении к риску у России, опять же, один из самых высоких показателей в мире – 95 баллов. Это означает способность и готовность большинства населения рисковать, не боятся завтрашнего дня, а следовательно, жить настоящим. Как уже говорилось в предыдущих частях работы, двойственность русской культуры, высокая авторитарность власти, а также тяжелый административный аппарат, созданный для управления огромными территориями России, развили у представителей русской культуры способность приспосабливаться к предельно трудным условиям выживаемости, что и обеспечивает особенно высокий уровень избегания неопределенности.

Этот факт также идет вразрез с немецким представлением о порядке и законе. Русские приспособленческие качества нередко рассматриваются как безответственность, отсутствие самоограничения и лень, что естественно стимулирует негативное отношение к русской деловой культуре среди немецкой бизнес-среды.

Нравственно-религиозные идеалы привел к серьезному противоречию – сочетанию коллективности и авторитарности, жесткой централизованной власти и обособленности русских общин. Бинарность и двойственность культуры стали причиной инверсионного развития русской истории, однако такая двусмысленность культуры способствовала развитию ее гибкости и приспосабливаемости.

Р. Льюис, Е. Трубецкой и другие ученые, в качестве основных предпосылок в формирование социокультурных особенностей страны называют географические факторы, такие как, например, необъятные просторы России и суровость ее климата.

Особое место в формировании отношений к хозяйственной деятельности у русской нации, занимает понятие община. Интересы коллектива, «собора», всегда ставились выше интересов личности. Таким образом, культура не целеориентированная, а личностно-ориентированная.

Российская культура обладает характеристиками как полиактивной, так и реактивной культуры. Корпоративная культура типа «Семья», акцент ставится на межличностные отношения, к тому же связи и блатиграют ключевую роль в ведении бизнеса в России.

По Хофстеде: 1. Высокая дистанция власти 2. Женственная культура 3. Коллективизм 4. Низкий уровень избегания неопределенности

Таким образом, на основе приведенного анализа социокультурных особенностей России и Германии, можно сделать вывод, что налицо присутствие серьезных расхождений в отношении базовых ценностей обеих культур. Однако это не мешает государствам находить общий язык и эффективно взаимодействовать на международной арене.

Низкоконтекстность немецкой деловой культуры делает ее простой для понимания российской стороной, а также исключает возможность недопонимания. К тому же, немецкая формальность сочетается с иерархичностью российского общества, а также представлением о статусе. В связи с этим, сводится к минимуму вероятность уличения одной из сторон в излишней фамильярности, что особенно важно при ведении переговоров и заключении сделки.

**Глава 3 Российско-немецкие торгово-экономические отношения. Перспективы их развития в контексте социокультурных особенностей России и Германии**

**3.1. Влияние социокультурных факторов на экономические отношения между Россией и Германией.**

Как уже говорилось ранее, в условиях процессов глобализации и интернационализации становится все более очевидным влияние социокультурных особенностей на экономические отношения между государствами. Невиданные по своим масштабам объединения, поглощения и слияния компаний по всему миру стали примером глобальной интеграции, синергии культур в мировом масштабе.

В связи с этим, эффективность деятельности компании на международном рынке стала во многом зависеть от понимания внутренней деловой культуры страны, умению подобрать рычаги к взаимодействию с иностранными партнерами. Действительно, исследователи по всему миру все чаще обращают внимание на изучение национальных особенностей государств, понимание которых становится своего рода мостом для преодоления барьеров межкультурной коммуникации, которые, в свою очередь, могут стать серьезными преградами на пути высокоэффективного экономического сотрудничества.

По данным экспертов, российские малые и средние предприятия, выходящие на рынок Германии, помимо трудностей с анализом рыночной среды и типовых условий нахождения в нем, часто сталкиваются с проблемами, которые вызваны недостаточным изучением деловой культуры Германии. Такие предприятия нередко пренебрегают услугами бизнес-консультантов в отношении данного вопроса, соответственно, теряют возможность грамотного согласования немецких и российских методов работы, что имеет огромное значение для проведения бизнеса в Германии.

 К тому же, принимая в рассмотрение тот факт, что 90 % всех сотрудников занятых на российских предприятиях в Германии - немцы, важно применять адаптированные к национальным особенностям методы управления персонала, для повышения эффективности деятельности компании. [[25]](#footnote-25) Это еще раз доказывает необходимость внимательного изучения особенностей деловой культуры Германии, от понимания которой зависит рост производительности российских предприятий на немецком рынке, а следовательно и вся структура российско-германских экономических отношений.

Еще один пример социокультурного фактора, влияющего на экономические отношения России и Германии - негативное отношение к российским бизнесменам. В настоящее время, практически невозможно точно определить процент вложения российского капитала в немецкие компании, в связи с тем, что многие российские предприниматели стараются не афишировать собственную деятельность. По данным исследователя Рената Кохера – 35 % немцев недолюбливают русских, а также с подозрением относятся к предпринимательской деятельности российских компаний.[[26]](#footnote-26) Эксперт утверждает, что такое положение дел складывается в результате наличия стереотипов среди немецкого населения в отношении представителей российской культуры.

Данный вопрос был также подробно изучен и российскими культурологами. Действительно, исследования показали, что нередко стереотипное мышление влияет на экономические отношения между двумя государствами, так как искаженные представления включают в процесс общения своеобразный «автопилот», который затрудняет или же совсем сводит на нет обратную связь между партнерами. В своей работе, посвященной проблемам межкультурной коммуникации, Грушевицкая Т.Г. и Попков В.Д. заявляют, что «среди стереотипов, получивших широкое распространение в Германии в последние годы, особо следует подчеркнуть отождествление русских с организованной преступностью. Многие немцы склонны видеть в русских мафиози, которые приезжают в Германию, чтобы делать там свой криминальный бизнес»[[27]](#footnote-27)

Однако такое отношение во многом приобрело популярность лишь в последнее десятилетие, в связи с появлением после распада Советского Союза, так называемых, «новых русских», демонстративно расточающих наличные деньги в Европе, что резко контрастирует с немецким понятием о бережливости. Естественно, такое расхождение во взглядах вызывает нежелание общаться и вести совместный бизнес. Тем не менее, стоит отметить, что наряду с негативными стереотипами о представителях русской деловой культуры, существует также и ряд положительных, что способствует плодотворному сотрудничеству между государствами.

 Немецкой культуре импонирую такие качества русского населения, как теплота в отношениях, сердечность и сопереживание. «Внешне хмурые и осторожные, немцы в душе жаждут признания и популярности. Они ищут глубокой дружбы и любят прочувствованные рассуждения о проблемах и тайнах жизни».[[28]](#footnote-28) Стоит также отметить, что такие важные особенности низкоконтекстной немецкой культуры, как искренность, прямота и честность сочетаются с российской открытостью в общении, а также позволяют российским бизнесменам лучше понимать реальные намерения немецких представителей, что значительно упрощает коммуникацию.

Таким образом, нельзя отрицать тот факт, что в экономических отношениях между Россией и Германией, социокультурные особенности обеих стран сыграли значительную роль. Однако для того чтобы понимать степень влияния этих особенностей, необходимо проанализировать состояние экономических отношений между обеими странами на сегодняшний день, степень открытости экономик России и Германии, а также перспективы развития экономических отношений в соответствии с тонкостями деловых культур обеих государств. Тем самым, мы сможем ответить на вопрос «Удалось ли представителям немецкой и российской деловой культуры преодолеть препятствия кросс-культурной коммуникации и создать взаимовыгодное экономическое партнерство?»

В связи с этим, важно понимать основные направления и сферы деятельности отечественных компаний в Германии, а также определить причины их заинтересованности именно в немецком рынке. Кроме того, следует ознакомиться с трудностями, с которыми сталкиваются российские компании при взаимодействии с немецкой деловой культурой, для разработки рекомендаций в отношении дальнейшего сотрудничества.

Эффективность деятельности компании на международном рынке во многом зависит от понимания внутренней деловой культуры страны. Российско-немецкие отношения формировались под влиянием национальных особенностей деловых культур обеих стран, в связи с этим для повышения эффективности этих отношений следует внимательно ознакомиться с культурными характеристиками обеих стран. Нельзя пренебрегать услугами агентов, предоставляющих консультации по данному вопросу, в противном случае предприятие ожидает крах. Следует выйти за границу стереотипного мышления, которое затрудняет или же совсем сводит на нет обратную связь между деловыми партнерами.

**3.2. Структура экономических отношений между Россией и Германией**

*Россия – выгодный инвестор и партнер*

Как уже было сказано, проблематика данной работы приобретает свою актуальность именно благодаря особой перспективности экономических отношений между Россией и Германией. Действительно, стоит заметить, что, несмотря на временами негативное отношение немецких бизнесменов к представителям российской деловой культуры, причины которого были описаны выше, бизнес элита Германии осознает выгоду от взаимодействия с развивающейся экономикой России, а следовательно, ищет способы строительства максимально эффективного сотрудничества.

Необходимо отметить, что Германия заинтересована в плодотворном сотрудничестве с Российской Федерацией ничуть не меньше, чем сама Россия в отношении ФРГ. Региональное лидерство нашей страны, колоссальные запасы энергетических ресурсов, а также перспективы российской развивающейся экономики подталкивают немецких бизнесменов и официальных представителей государства к укреплению уже существующих связей и строительству новых.

Немецкие предприятия рассматривают появление российских компаний на рынке, как шанс для собственного развития, понимая, что в современных условиях глобализации конкуренты могут стать потенциальными партнерами. К тому же, немецкие компании, пользующиеся поддержкой российских предпринимателей, имеют возможность более легкого доступа на рынок Российской Федерации, переходная экономика которой, открывает серьезные перспективы.

Этот факт осознается и на самом высшем уровне управления государством. В последнее время в двустороннем сотрудничестве между нашими странами произошли положительные перемены – был взят курс на стратегическое партнерство, которое могло бы послужить движущей силой образования «Большой Европы».[[29]](#footnote-29) Таким образом, необходимо принять в рассмотрение любые факторы, которые бы способствовали укреплению этих отношений, а также составить перечень рекомендаций, которые бы способствовали росту эффективности совместной российско-немецкой деловой активности.

Действительно, в настоящее время, внешнеэкономическая политика в отношении стран БРИКС (Бразилии, России, Индии, Китая, а также недавно присоединившейся Южной Африки) объявлена одним из стратегических направлений для немецкого государства, в связи с высоким экономическим потенциалом этих стран. При этом, по данным Немецкого Федерального Банка, большая часть ежегодного суммарного объема Прямых Иностранных Инвестиций стран БРИКС - 2,9 из 3,9 млрд. евро пришлась на долю российских компаний, а четверть (25 %) из зарегистрированных предприятий, в реестре торговых фирм Германии принадлежит юридическому или физическому лицу из России. Этот факт превращает Российскую Федерацию в наиболее выгодного инвестора по сравнению с другими странами-членами организации БРИКС, что еще раз доказывает особенное положение России в экономике Германии.[[30]](#footnote-30)

Следует также обратить внимание на количество немецких инвестиционных вложений в российской экономике. По данным Росстата, на сегодняшний день суммарный объем инвестиций, поступивших в Россию из Германии, составил 3,8 млрд. долл. США, при этом 1,3 млрд. пришлось на долю прямых инвестиций, а оставшаяся сумма в 2,5 млрд. долл. США – портфельные инвестиции. Тем самым, в настоящее время, Германия занимает шестое место в списке самых крупных российских инвесторов – 7% от суммы общих инвестиционных накоплений в стране.

 Помимо исторических и географических предпосылок, влияющих на тесное взаимодействие наших стран, эксперты называют также ряд экономических причин, по которым российские компании стремятся интернационализироваться на рынок Германии. Крупные российские компании преследуют цель укрепления собственных позиций на международном рынке, путем слияний и поглощений менее эффективных иностранных компаний определенной отрасли. Напротив, малые и средние компании стремятся к интернационализации в связи с повышением конкурентоспособности на отечественном рынке, путем приобретения международного опыта, а также высокоэффективных немецких технологий.

 *Основные отрасли немецкой экономики, в которых заняты российские предприятия*

 В таблице ниже представлены основные сферы, в которых российские компании реализуют свою деятельность на немецком рынке

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Сектор или отрасль** | **Метод выхода на рынок** | **Реализация** | **Роль российского государства** |
| 1.Нефть и газ | В основном – экспорт, 100% дочерние компании, поглощение в секторе торговли, проекты «под ключ» | Сбыт ориентирован на высокую доходность, а также определяется конкретными условиями определенного рынка | Значительная роль государства, которая изменяется в зависимости от политической истории компании |
| 2.Информационные технологии и Интернет | Экспорт, стратегическое партнерство с наиболее значимыми компаниями в разработке по. Характеристика – более виртуальный, нежели физический выход на рынок | Открытие региональных офисов в стране | Относительная независимость от государства |
| 3.Банковские услуги | Открытие банковских филиалов и представительств | Консервативное расширение за счет органического расширения | Серьезная поддержка государства, если предприятие находится в его собственности. Если нет – поддержка незначительная |
| 4.Металл/Металлообработка | Приобретения, иногда проекты «с нуля» | Агрессивное приобретение не слишком эффективных компаний | В зависимости от отношения правительства к владельцам или руководителям компании |
| 5.Энергетика | Экспорт, приобретения, проекты «с нуля» | Приобретение иностранных активов с целью укрепления положения на международной арене | Серьезная государственная поддержка, особенно при проведении крупных сделок и проектов |

*Источник: Центр по изучению доступа на немецкий рынок*

Следует заметить, что впервые российские компании стали выходить на рынок Германии в 19 веке, активно развивая торговую деятельность, однако в связи с мировыми войнами, а также последовавшими за ними глобальными изменениями в 20 веке, Россия переключилась на экспорт сырья.

*Показатели в отношении товарооборота, экспорта и импорта между Россией и Германией*

Как видно из представленной выше таблицы, экспорт сырьевой группы (нефть, газ) пользуется значительной поддержкой государства. Такое положение дел не случайно, ведь именно эта группа является наиболее важнойстатьей российского **экспорта в ФРГ** (**нефть** – **53,7%; газ – 27,8 %**). Следующие по значимости экспорта РФ в Германию – **цветные металлы**, а также **железо и сталь** (**9,5** и **2,2%** соответственно).

Структуру же **немецкого импорта** в Россию, формирует промышленное производство – транспортные средства, автомобили и оборудование – **61,1 %** и продукция **химической промышленности – 21%** Таким образом, по данным бюро статистики Германии, Россия занимает 10 позицию в списке главных стран-импортеров Германии, а также находится на 13 по значимости месте, назначения немецкого экспорта.[[31]](#footnote-31)

Говоря об объемах товарооборота за 2012 год между Россией и Германией, стоит отметить, что по сравнению с предыдущим 2011 годом, он увеличился на 2,9 % и составил 73,9 млрд. долл. США. При этом рост российского экспорта составил 4,8 %, а импорта из Германии 1,6 % (35,6 и 38,3 млрд. долл. США соответственно)

Стоит также рассмотреть данные в отношении экспорта и импорта между Россией и Германией за последние 5 лет, для того чтобы иметь представление о динамике развития этих показателей, а также проанализировать тенденцию – рост или же снижение. В представленной ниже таблице продемонстрированы данные об экспортных и импортных показателях в миллиардах долларах США, а также данные в процентах.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Оборот | **52,9** | **67,3** | **39,9** | **51,8** | **71,9** | **73,9** |
| *Рост в %* | *123,1* | *127,2* | *59,4* | *129,7* | *108,7* | *102,9* |
| Экспорт | **26,3** | **33,2** | **18,7** | **25,1** | **34,2** | **35,6** |
| *Рост в %* | *107,5* | *125,9* | *56,4* | *134,2* | *106,6* | *104,8* |
| Импорт | **26,5** | **34,1** | **21,2** | **26,7** | **37,7** | **38,3** |
| *Рост в %* | *143,7* | *128,6* | *62,2* | *125,8* | *112,3* | *101,6* |

*Источник: Федеральная таможенная служба*

Таким образом, мы можем судить о постепенном увеличении товарооборота, экспорта и импорта между Россией и Германией, которое однако было приостановлено в 2009 году, в связи с международным финансово-экономическим кризисом, который не мог не повлиять на данные показатели.

*Роль государства в укреплении связей между Россией и Германией*

Вопрос развития взаимовыгодных экономических отношений волнует не только отдельных предпринимателей в России и Германии. Заинтересованность в данной проблематики проявляют даже на самом высшем уровне власти. Действительно, 2012 год был объявлен «перекрестным годом» Германии в России и России в Германии, что предусматривало собой проведение множества культурных акций и мероприятий. Сами организаторы заявляли, что цель этой программы была направлена на укрепление дружественных связей, создание доверительной атмосферы сотрудничества, а также повышения имиджа государств на международной арене.

*Трудности российско-немецких торгово-экономических отношений*

Однако несмотря на положительную динамику развития экономических отношений между Россией и Германией, на сегодняшний момент существуют определенные сложности в сотрудничестве. В первую очередь стоит обратить внимание на то, что в настоящее время Европейский Союз переживает весьма непростой внутренний кризис, ставящий под угрозу идею европейской интеграции в целом. В связи с этим, Германия в основном занята решением внутренних экономических проблем. Тем не менее, на прошедшем в феврале 2013 года круглом столе на тему «Россия и Германия: партнерство в меняющемся мире», представители немецкой делегации заявили, что «на фоне сохраняющейся неопределенности и рецессии в еврозоне игнорирование материальных аспектов российско-германского партнерства является проявлением политической близорукости».[[32]](#footnote-32) Тем самым, немецкая сторона еще раз подчеркнула значимость российско-немецких экономических отношений для ФРГ.

Говоря о сложностях российско-германских экономических отношений, стоит также обратить внимание, на уже упоминавшуюся в данной главе проблему компаний Российской Федерации, недавно интегрированных на рынок Германии. Недостаток знания культуры деловых отношений Германии, отсутствие общего понимания немецкой бюрократической системы, а также подчас не совсем грамотное согласование методов управления компанией, существенно влияет на эффективность российского бизнеса в Германии, а следовательно, и на всю структуру торгово-экономических отношений. Для того чтобы избежать данных проблем, необходимо тщательно изучить особенности немецкой культуры и составить на их основе рекомендации по взаимодействию с немецкими партнерами.

Немецкие предприятия рассматривают появление российских компаний на рынке, как шанс для собственного развития, понимая, что в современных условиях глобализации конкуренты могут стать потенциальными партнерами. Российские компании, представленные на немецком рынке, стремятся к повышению конкурентоспособности (на отечественном рынке – мелкие и средние предприятия, на международном рынке – крупные корпорации). Прослеживается положительная динамика в развитии экономических отношениях, рост товарооборота, экспорта и импорта между странами. Однако существуют преграды, связанные, в большинстве своем, с внутренними проблемами обеих стран.

**3.3. Деловое общение с представителями немецкой культуры**

Итак, в предыдущих параграфах было аргументировано доказано влияние социокультурных особенностей России и Германии на экономические отношения между этими странами. Таким образом, следует составить определенный перечень рекомендаций, которые позволили бы не только избежать серьезных ошибок при взаимодействии с представителями немецкой деловой культуры, но и способствовали повышению эффективности экономического взаимодействия.

* В первую очередь, необходимо понимать серьезный настрой немецких партнеров в отношении бизнеса. В самом деле, немецкая культура испокон веков славилась своим обстоятельным отношением к жизни, методичностью в принятии решений. В связи с этим во время презентаций и деловых встреч следует свести к минимуму личное общение, а также юмор. Смех предназначен для друзей, а личные проблемы должны обсуждаться в специально отведенное для них время, но никак не во время деловых встреч. В противном случае, представитель немецкой деловой культуры заподозрит своего оппонента в легкомыслие и небрежности, что значительно понизит шансы на удачный исход сделки.
* Следует помнить о том, что немецкое общество поистине считается индивидуалистическим, что резко контрастирует с российским коллективизмом. В связи с этим, могут возникнуть определенные проблемы в управлении предприятием. Подход управления немцев-индивидуалистов, в первую очередь обращающих внимание на роль каждого в организации, не соответствует более «семейному» типу российской корпоративной культуры, ориентированной на личные отношения, а также придающей большее значение личным, а не профессиональным свойствам сотрудников. К тому же, благодаря одному из самых низких показателей дистанции власти в мире, характерный для русского руководства метод авторитарного управления может стать демотивирующим для немецких сотрудников и привести к определенным проблемам во взаимопонимании. В связи с этим, руководителям из России следует уделить больше внимания планированию структуры предприятия, сотрудники которого имели бы равный доступ к принятию важных решений.
* Принимая в рассмотрение тот факт, что немцы считают себя самыми надежными и честными деловыми партнерами в мире, предельно важно продемонстрировать им эти качества и в своем характере. Потенциальный партнер должен уметь действовать открыто, искренне и прямолинейно. Благодаря этим качествам, представителям российской стороны удастся завоевать доверие немцев, а также укрепить взаимопонимание между культурами.
* Учитывая моноактивность немецкой культуры, стоит внимательно относиться ко всему, что связано со временем при сотрудничестве с представителями данной культуры. Необходимо строго придерживаться делового расписания, а также стараться не выходить за рамки отведенного времени. Немецкие бизнесмены привыкли начинать переговоры сразу же после символического приветствия, без так называемого “small talk”, принятого во многих других культурах. Негативно немцы относятся и к обсуждению личных вопросов во время совещания, что должно быть непременно взято на заметку российской стороной. Пунктуальность – один из способов соблюдения временных рамок, а следовательно, тоже важный элемент при взаимодействии с жителями Германии. Чрезмерная обособленность немцев, которая представляется русскому человеку, как немобильность и закрытость, обуславливается стремлением к сохранению линейного отношения ко времени, так как обособленность является важным фактором для завершения одной цепи действий без перерывов. Кроме того, необходимо уважительно относится к уединению немецкого партнера, соблюдая дистанцию комфорта (примерно 1,2 м.), а также каждый раз предупреждая, о вторжении в офис или кабинет своего немецкого коллеги. Такое бережное отношение к уединению вызвано у немцев, прежде всего, желанием как можно тщательнее сконцентрироваться на работе.
* Следует также помнить о высокой степени формальности немецкого общества, а также значении статуса для представителей немецкой культуры. Действительно, даже при тесном взаимодействии на протяжении 25 лет, сотрудники одного и того же предприятия могут обращаться друг к другу только по фамилии, что придает, по мнению иностранцев излишнюю формальность общению. Однако формальность в поведении, такое как обращение по фамилии – это для немца, прежде всего, знак высокого уважения. Стоит также отметить, что в немецком обществе очень ценится интеллектуальная мощь, а также всевозможные статусы, отражающие интеллектуальные заслуги человека. Высшие позиции в организациях зачастую занимают люди со званием докторов наук, что непременно должно быть взято на заметку при обращении к человеку.
* Высокий уровень избегание неопределенности заставляет немцев по особому относиться к законности и порядку. Представители этой культуры верят, что хорошо разработанные процедуры могут оградить от потенциальных проблем в будущем, а также положительно повлияют на общее благосостояние. Высокая плотность населения требует неукоснительного соблюдения закона и конформизма. В связи с этим, эксцентричность не вызывает симпатии, а люди не соблюдающие элементарные правила могут рассматриваться как социально опасные индивидуумы. Безусловно, это жизненное правило порождает излишнюю бюрократию в обществе. Российские предприниматели должны быть готовы к такому положению дел, а также посвятить больше внимания изучению этого вопроса, так как нередко именно этот фактор затрудняет реализовывать наиболее эффективную деятельность российской компании на рынке Германии.

 Эффективность деятельности компании на международном рынке зависит от понимания внутренней деловой культуры страны. Российско-немецкие отношения во многом формировались под влиянием национальных особенностей деловых культур обеих стран, в связи с этим для повышения эффективности этих отношений следует внимательно принимать во внимание особенности национального характера в России и Германии. Нельзя пренебрегать услугами агентов, предоставляющих консультационные услуги по данному вопросу, в противном случае предприятие ожидает крах. Следует выйти за границу стереотипного мышления, которое затрудняет или же совсем сводит на нет обратную связь между деловыми партнерами.

Немецкие предприятия рассматривают появление российских компаний на рынке, как шанс для собственного развития, понимая, что в современных условиях глобализации конкуренты могут стать потенциальными партнерами. Российские компании стремятся к повышению конкурентоспособности (на отечественном рынке – мелкие и средние предприятия, на международном рынке – крупные корпорации). Прослеживается положительная динамика в развитии экономических отношениях, однако существуют преграды, связанные, в большинстве своем, с внутренними проблемами обеих стран. Трудностей, вызванных недостаточным пониманием культурной среды Германии, можно избежать при помощи разработки определенного набора рекомендаций, учитывающих особенности корпоративной культуры Германии.

**Заключение**

В современном глобализированном мире социокультурные особенности наций играют особенную роль. Международная интернационализация компаний доказала значимость межкультурной коммуникации - мир превратился в единую взаимозависимую систему. Очевидна неизбежность синергии культур и сближения национальных экономических и политических институтов. Эти необратимые перемены, заставляют нас по новому взглянуть на проблему влияния социокультурных особенностей и применять новые подходы к анализу международных экономических отношений.

Одним из таких подходов становится конструктивизм, который, в первую очередь, обращает внимание на внутрикультурные процессы, рассматривая их как движущую силу всей системы международных отношений. Этот сравнительно новый подход в теории международных отношений, позволяет нам избавиться от стереотипного мышления, принять в рассмотрение всё разнообразие культур, что, в свою очередь, не просто расширяет кругозор, но и способствует повышению эффективности экономического сотрудничества между странами.

Несмотря на то, что людям никогда не удастся достичь абсолютного понимания других культур, стоит однако выработать ориентацию, способную сократить разрыв между нами и нашими партнерами. Особенно важным является то, что для установления доверительных и надежных отношений между культурами, мы должны научиться управлять стереотипами, которые в свою очередь неизбежны и служат своеобразной «точкой отсчета» в нашем отношении к иностранцам. Тем не менее, мы в силах минимизировать негативный эффект от сложившихся в сознании стереотипов – уделять максимальное внимание положительным (по нашему субъективному мнению) ценностям и воспринимать с юмором (если мы умеем и готовы), то что считаем отрицательным.

Таким образом, даже с учетом того, что по данным проведенного анализа, можно сделать вывод о серьезном расхождении в отношении жизненного восприятия между представителями российской и немецкой деловой культуры, в наших силах превратить недостатки в достоинства. Об успешной реализации этого положения свидетельствует положительная динамика в российско-немецких торгово-экономических отношениях.

Низкоконтекстность немецкой деловой культуры делает ее простой для понимания российской стороной, а также исключает любую возможность двусмысленности. К тому же, немецкая формальность сочетается с иерархичностью российского общества, а также представлением о статусе. В связи с этим, сводится к минимуму вероятность уличения одной из сторон в излишней фамильярности, что особенно важно при ведении переговоров и заключении сделки.

Эффективность деятельности компании на международном рынке напрямую зависит от понимания внутренней деловой культуры страны. Российско-немецкие отношения во многом формировались под влиянием национальных особенностей деловых культур обеих стран, в связи с этим для повышения эффективности этих отношений следует внимательно относится к особенностям национального характера представителей России и Германии. Нельзя пренебрегать услугами агентов, предоставляющих консультационные услуги по данному вопросу, в противном случае предприятие постигнет неудача.

Первое правило международного бизнеса гласит – «продавец должен уметь приспосабливаться к покупателю!», именно поэтому глубокое понимание и знание обычаев в проведении бизнеса является особенно важным для людей, занятых в международной торговле. Это правило должно быть усвоено российскими компаниями, которые выходят на рынок Германии с целью повышение собственной конкурентоспособности и роста производительности.

Закончить хотелось бы словами известного русского писателя Льва Толстого "Человечеству только кажется, что оно занимается торговлей, войнами, искусствами, политикой и т. п. На самом деле единственное, что оно делает, оно уясняет себе нравственные законы, по которым оно живет..."

**Список используемых источников**

1. Вендт А. Анархия-это то, что делают из нее государства: социальное конструирование политики с позиции силы // Социально-гуманитарные знания. 1992
2. Гестеланд Р. Кросс-культурное поведение в бизнесе: маркетинговые исследования, ведение переговоров, менеджмент в различных культурах. - М.: Баланс-Клуб, 2006
3. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. Пер. с англ. М.: Изд-во «Весь мир», 2004.
4. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов / Под ред. А.П. Садохина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
5. Гудков Д.Б. Межкультурная коммуникация: проблемы обучения - М.: Изд-во МГУ, 2000.
6. Коваль Т. Б., «Этика труда Православия», 1994
7. Льюис Р.Д.  Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. - М.: Дело, 1999.
8. Мясоедов С.П. Основы кросс-культурного менеджмента. - М.: Дело, 2003
9. Ножин Е.А. Деловое общение - генератор деловой активности. Пермь, 1992.
10. Пивоваров С.Э., Тарасевич Л.С., Майзель А.И. Международный менеджмент. - СПб, Питер, 2005.
11. Пивоваров С.Э., Максимцев И.А. Сравнительный менеджмент. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2008.
12. Посольство Российской Федерации в Федеративной Республике Германия. Экономические отношения <http://russische-botschaft.de/ru.html>Российский институт стратегических исследований. «Россия и Германия: партнерство в меняющемся мире», 15.02.2013 <http://old.riss.ru/?activityId=158>
13. Томчин А. Наблюдая за немцами. Скрытые правила поведения. М.: РИПОЛ классик, 2010.
14. Традиции и обычаи народов мира М.: Мир книги, 2008
15. Триандис Г. Культура и социальное поведение: учебное пособие / Пер. с англ. М.: ФОРУМ, 2007.
16. Тромпенаарс Ф., Хампден-Тернер Ч. Национально - культурные различия в контексте глобального бизнеса: Пер. с англ. - М.: Попурри, 2004.
17. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. М.: Фонд За экономическую грамотность, 1991.
18. Центр по изучению доступа на немецкий рынок (German Center for Market Entry) «Вхождение российских компаний на рынок Германии. Мотивы, препятствия и возможности вхождения российских предприятий на рынок Германии», Свободный университет Берлина, D-12249, Берлин, Германия 2011 г.
19. Axelrod, R. (2006): The Evolution of Cooperation. Revised Edition. New York: Basic Books
20. Bank of Russia (2011a): Time Series of Direct Investment of the Russian Federation (Balance of Payments Transactions) for 1993-2010. Версия от 6 мая 2011 г. Адрес в Интернете: <http://www.cbr.ru/eng/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/dir-inv_din_e.htm&pid=svs&sid=ITM_60018> (26.07.2011).
21. Bergmann N., Surisseaux A. (Hg.). Interkulturelles Management.
Heidelberg (Physica), 1992.
22. Deutsche Bundesbank (2011): Bestandserhebung über Direktinvestitionen April 2011. Frankfurt am Main: Deutsche Bundesbank.
23. Eriksson, K./Johanson, J./Maikgard, A./Sharma, D. D. (1997): Experiental knowledge and cost in the internationalization process. Опубликовано в: Journal of International Business Studies, Vol. 33, Nr.2, S. 337 - 360.
24. Geertz C. The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books, 1973.
25. GTAI (2011 г.): Wirtschaftsdaten kompakt: Russische Föderation. Stand Mai 2011. Berlin: Germany Trade & Invest.
26. Hofstede G. Culture's Consequences. International Differences
Work-Related Values. Beverly Hills etc., 1980. (1984).
27. Hofstede G. Cultures and Organistions. Software of the Mind. London
etc. McGraw-Hill, 1991.
28. IHK Frankfurt am Main (2009): Russische Unternehmen in Deutschland: Deutsche Bürokratie ist keine Hürde. Адрес в Интернете: http://www.frankfurtmain.ihk.de/international/auslandsmaerkte/laenderkontakte/l-r/russland/special\_2009/russische\_unternehmen\_in\_deutschland/ (03.05.2011).
29. Kluckhon F.& Strodtbeck F. (1961) Variations in Value Orientations \ in
S. Ting-Toomey. Communicating Across Cultures. New York: Guilford Press,
1999.
30. Kocher, Renate (2008): Russia's image in Germany – the Germany Picture of the Russians. Findings of representative population in Germany and Russia. Allen Bach: Institute for Allensbach.
31. Lewis R. The Cultural Imperative: Global Trends in the 21st Century.
Yarmouth, ME: Intercultural Press, 2003.
32. Mangold, K. (2008): Russische Investoren entdecken Deutschland. Опубликовано в: Deutsch-russisches Wirtschaftsjahrbuch 2008/2009. Münster: OWC Verlag. S. 14 – 16
33. Perlitz, M. (2004): Internationales Management. Stuttgart: Lucius & Lucius.
34. United Nations Conference On Trade And Development // UNCTAD - http://unctad.org/en/Pсages/Home.aspx
35. UNCTAD (2005): Case study on outward foreign direct investment by Russian enterprises. Paper presented at the Expert Meeting on Enhancing the Productive Capacity of Developing Country Firms through Internationalization. Geneva: UNCTAD.
36. UNCTAD (2006): World Investment Report 2006. FDI from Developing and Transition Economies: Implications for Development. New York/Genf: United Nations.

1. Посольство Российской Федерации в Федеративной Республике Германия. Экономические отношения [http://russische-botschaft.de/ru.html](https://docviewer.yandex.ru/r.xml?sk=yef8c2c8e79e54331821d02b69bb5086f&url=http%3A%2F%2Frussische-botschaft.de%2Fru.html) [↑](#footnote-ref-1)
2. Анархия-это то, что делают из нее государства: социальное конструирование политики с позиции силы / Вендт А. // Социально-гуманитарные знания. 1992 [↑](#footnote-ref-2)
3. «Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к
взаимопониманию» Льюис Р.Д.,  Пер. с англ. - М.: Дело, 1999. [↑](#footnote-ref-3)
4. Edward T. Hall “The Silent Language”, 1959 [↑](#footnote-ref-4)
5. Электронное научное издание «Международный электронный журнал. Устойчивое развитие: наука и практика» www.yrazvitie.ru вып. 1 (4), 2010, ст. 1. Экономический конструктивизм: Двойственность и целостность экономических систем, Попков В. В. [↑](#footnote-ref-5)
6. “The Social Construction of Reality”, P. Berger, T. Luckmann, 1966 [↑](#footnote-ref-6)
7. «Cultures and Organistions. Software of the Mind», Hofstede G., London
etc. McGraw-Hill, 1991. [↑](#footnote-ref-7)
8. «Национально-культурные различия в контексте гло­бального бизнеса», Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч., Мн.: ООО «Попурри» 2004, с. 321-323 [↑](#footnote-ref-8)
9. Там же, стр. 327 [↑](#footnote-ref-9)
10. «Национально-культурные различия в контексте гло­бального бизнеса», Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч., Мн.: ООО «Попурри» 2004, с. 323 - 362 [↑](#footnote-ref-10)
11. «Протестантская Этика и Дух Капитализма», М. Вебер, 1905 г. [↑](#footnote-ref-11)
12. «Кросс-культурное поведение в бизнесе: маркетинговые
исследования, ведение переговоров, менеджмент в различных культурах», Гестеланд Р. - М.: Баланс-Клуб, 2006. Стр. 245 [↑](#footnote-ref-12)
13. Там же, стр. 246 [↑](#footnote-ref-13)
14. «Вхождение российских компаний на рынок Германии. Мотивы, препятствия и возможности вхождения российских предприятий на рынок Германии», Центр по изучению доступа на немецкий рынок (German Center for Market Entry), Свободный университет Берлина, D-12249, Берлин, Германия 2011 г. [↑](#footnote-ref-14)
15. GTAI (2012 г.): Economic statistics data: Russian Federation. May 2012. Berlin: Germany Trade & Invest. [↑](#footnote-ref-15)
16. The Hofstede centre. National cultures. Countries. http://geert-hofstede.com/germany.html [↑](#footnote-ref-16)
17. The Hofstede centre. National cultures. Countries. http://geert-hofstede.com/germany.html [↑](#footnote-ref-17)
18. «Основы межкультурной коммуникации», Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П.**,** стр. 237 [↑](#footnote-ref-18)
19. «Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию», Льюис Р.Д.  стр. 317 - 320 [↑](#footnote-ref-19)
20. «Этика труда Православия», Коваль Т. Б., 1994 [↑](#footnote-ref-20)
21. «Основы межкультурной коммуникации», Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П.**,** стр. 254 [↑](#footnote-ref-21)
22. Там же стр. 255-256 [↑](#footnote-ref-22)
23. The Hofstede centre. National cultures. Countries. http://geert-hofstede.com/russia.html [↑](#footnote-ref-23)
24. «Основы межкультурной коммуникации», Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П., стр. 269 [↑](#footnote-ref-24)
25. «Вхождение российских компаний на рынок Германии. Мотивы, препятствия и возможности вхождения российских предприятий на рынок Германии», Центр по изучению доступа на немецкий рынок (German Center for Market Entry), Свободный университет Берлина, D-12249, Берлин, Германия 2011 г. [↑](#footnote-ref-25)
26. Kocher, Renate (2008): Russia's image in Germany – the Germany Picture of the Russians. Findings of representative population in Germany and Russia. Allen Bach: Institute for Allensbach. [↑](#footnote-ref-26)
27. «Основы межкультурной коммуникации», Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П., стр. 269 [↑](#footnote-ref-27)
28. «Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию» Льюис Р.Д., стр. 294  [↑](#footnote-ref-28)
29. Посольство Российской Федерации в Федеративной Республике Германия. Экономические отношения <http://russische-botschaft.de/ru.html> [↑](#footnote-ref-29)
30. Deutsche Bundesbank (2012): Amount of Foreign Direct Investments April 2012. Frankfurt am Main: Deutsche Bundesbank [↑](#footnote-ref-30)
31. GTAI (2012 г.): Economic statistics data: Russian Federation. May 2012. Berlin: Germany Trade & Invest. [↑](#footnote-ref-31)
32. «Россия и Германия: партнерство в меняющемся мире», Российский институт стратегических исследований. 15.02.2013 <http://old.riss.ru/?activityId=158> [↑](#footnote-ref-32)