

Никитченко Я.С.

студент

Московский педагогический государственный университет

Россия, Москва

**ВЛИЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ НА
КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ В ЮЖНОКОРЕЙСКИХ
КОМПАНИЯХ**

Аннотация: в данной статье рассматриваются понятия национальной и корпоративной культур, а также их взаимодействие в крупных международных компаниях. Особое внимание уделяется влиянию национальных черт в южнокорейской компании на корпоративную культуру, делается акцент на особенностях сохранения и передачи традиционных культурных ценностей в деловую коммуникативную среду.

Ключевые слова: корпоративная культура, национальная культура, межкультурное воздействие, национальные и корпоративные ценности, южнокорейские корпорации, деловая коммуникация.

Nikitchenko Y.S.

Student

Moscow State Pedagogical University

Russia, Moscow

**THE INFLUENCE OF THE NATIONAL CHARACTERISTICS ON
CORPORATE CULTURE IN SOUTH KOREAN COMPANIES**

Annotation: this article discusses the concepts of national and corporate cultures and their interaction in large international companies. Special attention is paid to the influence of national features on the corporate culture in the South Korean companies and characteristics of the preservation and translation of traditional cultural values in a business communication environment.

Key words: corporate culture, national culture, intercultural influence, national and corporate values, South Korean corporations, business communication.

В настоящее время в мире происходит активное сотрудничество между странами и народами во всех сферах жизни ввиду масштабного процесса глобализации, будь то политика, экономика или культура. Еще в недавнем прошлом объединение представителей разных культур в многонациональных компаниях исследователи теории организации воспринимали как барьер для сотрудничества из-за культурных различий, мешающих плодотворной совместной деятельности и коммуникации. Ведь не каждый человек способен успешно работать в условиях культурного многообразия, а тем более координировать процесс работы. Однако сегодня руководство крупных корпораций, достигших высоких результатов в своей сфере, признает, что если правильно организовать работу и разумно использовать культурные различия, то межкультурное сотрудничество становится источником дополнительных возможностей¹. Так, построение корпоративной культуры является одним из важных элементов в организации для налаживания эффективной коммуникации.

С помощью корпоративной культуры задается стратегия, цели компании, определенный стиль управления, рамки поведения и система мотивации². Проводя параллель между понятиями, национальную культуру можно обозначить как совокупность убеждений и ценностей, образцов поведения в той или иной стране или государстве, а корпоративную культуру как совокупность убеждений, правил и моделей поведения, принятых и соблюдаемых сотрудниками организации.

¹ Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие. - М.: Логос, 2002. – 224 С.

² Шарафутдинова Л.Р., Рабцевич А.А Корпоративная система мотивации персонала и ее место в корпоративной культуре. // Экономика и социум, 2015 - №2(15). С.1251-1254.

В крупной многонациональной компании корпоративная культура чаще всего сталкивается с проблемами межкультурного воздействия из-за строго очерченных рамок национальной культуры, различные аспекты которой отражаются на функционировании компании. Несовместимость корпоративных и национальных ценностей в компании может привести к концу существования организации, что можно предотвратить только путем принятия культурных ценностей, доминирующих в обществе³. Поэтому для успешной деятельности многонациональной компании важно не только наличие профессиональных сотрудников, но и грамотное построение отношений с принимающей страной, учитывая местные культурные традиции и ценности. Без знания особенностей национальной деловой культуры невозможно решать на высоком профессиональном уровне сложные и комплексные задачи.

Влияние национальной культуры на все сферы жизни в каждом обществе неоспоримо велико, но особенно выражено оно проявляется в восточных странах, что можно рассмотреть на примере Южной Кореи. «Общественно-политическую, социально-экономическую организацию и управление бизнеса в странах Северо-Восточной Азии определяют традиционные методы межкультурной деловой коммуникации. Они основаны на конфуцианской философии и идеологии, которые формируют религиозные, психологические, этические, морально-нравственные, духовные основы, тем самым определяют национальную идентичность корейской нации по отношению к другим народам»⁴. В азиатских корпорациях деловые отношения становятся многомерными, так как обрастают личными отношениями. Так, в южнокорейских корпорациях группа обладает большей значимостью, чем отдельный индивид. По

³ Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие. - М.: Логос, 2002. – 224 С.

⁴ Ким К.В., Ким Е.К. Традиционно-трансформационные методы деловой межкультурной коммуникации северо-восточных стран Азиатско-Тихоокеанского региона с потенциальными бизнес-партнерами России и других зарубежных стран. // Язык и культура, 2017. - № 40. – 210с.

мнению исследователей, именно семейные ценности создавали хозяйственную культуру Южной Кореи и других высокоразвитых ныне стран Восточной Азии. Их специфика состоит в значении коллективистской солидарности, продвижения в иерархии управления наиболее «достойных». В корейском обществе основой государства и его процветания в социально-экономических отношениях является семья. Для каждого гражданина Кореи семья является показателем успеха на службе, в учебе и в бизнесе. Конфуцианская философия гласит: «Прежде чем управлять страной, государственными делами, работой, бизнесом и т.д., человек должен заняться внутренним самоусовершенствованием и научиться решать собственные семейные проблемы»⁵. Эта мысль отражает конфуцианскую идею порядка, которая говорит о том, что если человек не в состоянии руководить семьей, ему едва ли можно доверить управление государством, руководство департаментом, бизнесом и т.д. «Система корпоративных ценностей формируется в соответствии с базовыми личностными ценностями большинства членов корпорации»⁶. Так, коллективизм и семейные традиции составляют основу корпоративной культуры в корейских компаниях. Наличие традиционной для стран Востока внутригрупповой иерархии является одной из особенностей организации труда в корейской корпорации. Под специфической иерархией понимаются отношения в коллективе, основанные на беспрецедентном уважении к старшим коллегам, с большим опытом работы, а также продвижение по карьерной лестнице по принципу длительности работы в компании, которое зависит не только от высоких квалификационных качеств сотрудников, но и от того, насколько они смогли доказать свою преданность компании за время работы. По мнению

⁵ Ким К.В., Ким Е.К. Традиционно-трансформационные методы деловой межкультурной коммуникации северо-восточных стран Азиатско-Тихоокеанского региона с потенциальными бизнес-партнерами России и других зарубежных стран. // Язык и культура, 2017. - № 40. – 212с.

⁶ Там же.

господина Дон Джу Ли (генерального директора ЗАО "Самсунг Электроникс Рус"), самым большим недостатком российской деловой культуры является отсутствие преданности своей компании. По его словам, при формировании корпоративной культуры необходимо учить сотрудников тому, что восприятие своей компании как семьи, а также преданность ей – очень важные составляющие⁷.

Для корейского общества важной национальной морально-этической нормой является следование определенным традиционным клановым обычаям. Это означает, что членов одного семейного клана связывают теснейшие узы, а их «взаимоотношения вытекают из традиционного представления о взаимопомощи как о священном долге человека» [3, с.168]. Так, клановые обычая ярко отразились на формах коллективной организации и на социальной деятельности корейского общества. В корпоративной культуре эти черты выражаются через уважение и доброжелательное отношение не только к партнерам по бизнесу, но и к подчиненным; совместное обсуждение проблем и их долгое обдумывание; принятие итогового решения с учетом мнения других коллег.

Таким образом, традиционные философско-культурные идеалы в Южной Корее в трансформационной форме сохраняются в современной деловой жизни, а национальные особенности страны находят отражение в корпоративной культуре организаций. Для успешного сотрудничества и работы в южнокорейской компании необходимо соблюдать этику межкультурной деловой коммуникации с учетом уважения национальных традиций и специфических особенностей страны.

Использованные источники:

⁷ Интервью с генеральным директором ЗАО "Самсунг Электроникс Рус" г-ном Дон Джу Ли // Управление персоналом, 2002 - №1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hrm.ru/db/hrm/F87768520EDF68DBC3256B3F00397755/category.html>, свободный. Загл. с экрана.

1. Интервью с генеральным директором ЗАО "Самсунг Электроникс Рус" г-ном Дон Джу Ли // Управление персоналом, 2002 - №1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hrm.ru/db/hrm/F87768520EDF68DBC3256B3F00397755/category.html>, свободный. Загл. с экрана. (Дата обращения: 17.09.2020).
2. Ким К.В., Ким Е.К. Традиционно-трансформационные методы деловой межкультурной коммуникации северо-восточных стран Азиатско-Тихоокеанского региона с потенциальными бизнес-партнерами России и других зарубежных стран. // Язык и культура, 2017. - № 40. С. 204-223. (Дата обращения: 17.03.2019).
3. Корея. Справочник. Корейская служба информации для зарубежных стран. Сеул : Самхва Принтинг Ко., Лтд, 1993. – 676 С. (Дата обращения: 17.03.2019).
4. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие. - М.: Логос, 2002. – 224 С.
5. Хасянова М. Г. Значение ценностей в корпоративной культуре. // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств, 2013. - С. 190. (Дата обращения: 17.03.2019).
6. Шарафутдинова Л.Р., Рабцевич А.А. Корпоративная система мотивации персонала и ее место в корпоративной культуре. // Экономика и социум, 2015 - №2(15). С.1251-1254.