



MEDNARODNO POSLOVANJE

PREDAVANJE 8

5.12.2006



KULTUROLOŠKA RAZSEŽNOST MEDNARODNEGA POSLOVANJA

NAMEN IN VSEBINA PREDAVANJA

- spoznati in upoštevati kulturološke razlike in etične danosti med posameznimi trgi
- spoznati se s prijemi medkulturološkega komuniciranja
- razumeti pomen etike v mednarodnem poslovanju

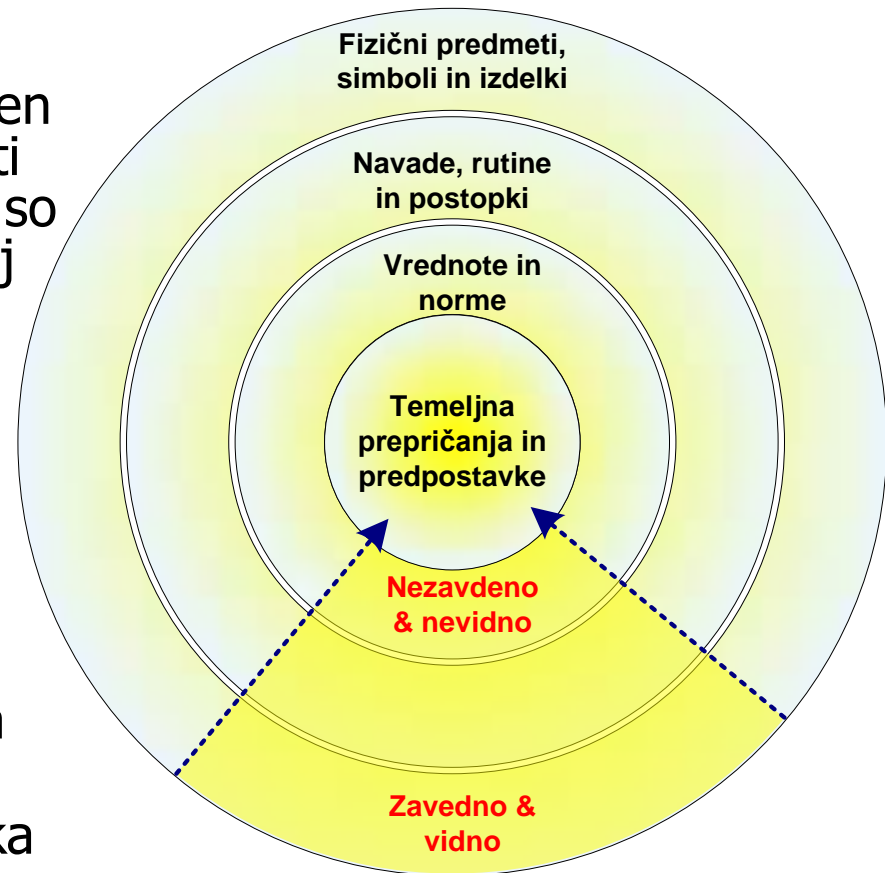
Sociokulturno okolje

Koncept kulture

Kultura je sistem pomenov, skupen vsem pripadnikom neke skupnosti oziroma družbe, ki določa na kaj so pozorni, kako naj se vedejo in kaj cenijo. Kultura ni podedovana, ampak je naučena. Prav tako ni značilnost posameznika, ampak skupine ljudi.

Vplivi različnih ravni kulture

- nacionalna kultura.
- poslovna kultura / industrijska kultura
- kultura podjetja (organizacijska kultura)





SESTAVINE KULTURE

- Družbene organizacije ter ustanove
- Vrednote in norme
- Religije
- Jezik
- Vzgojni in izobraževalni sistemi
- Umetnost in estetika
- Materialna kultura
- Življenjski pogoji



Kultura

- *Kultura "kot vir razlik, nesoglasij in nerazumevanj na vseh nivojih človeškega življenja" (Nietzsche)*
- *»Kultura je kolektivno programirano mišljenje, ki razlikuje eno skupino ljudi od druge.« (Hofstede)*



Kaj je kultura? Hofstede, Trompenaars, Hampden Turner, Hall, Morano, Usunier, ...

- Kultura so posebne uveljavljene norme, ki temeljijo na odnosih, vrednotah, prepričanjih, ki obstajajo v vsaki družbi. Niso dedne, marveč priučene.
- Kultura je skupinski instrument, ki omogoča posameznikom preživetje v okoljih.
- Kultura je tradicionalno reševanje problemov s sprejemljivimi odgovori, ki so se izkazali kot uspešni. Sestavljajo jo znane rešitve problemov.
- Kultura je ostanek tistega, kar smo se naučili, pa popolnoma pozabili.
- Kultura je lepilo, ki veže osebe, je način njihovega življenja
- Kultura je filter prek katerega zaznavamo realnost.



Vidne in nevidne značilnosti kulture

Vidno vsakodnevno obnašanje

na primer:

- govorica telesa
- oblačenje
- življenjski stil
- prehrabene navade

Vrednote in morala

na primer:

- družinske vrednote
- vloga spolov
- vzorci prijateljstva

Osnovne sociokulturne značilnosti:

na primer:

- nacionalna identiteta
- etničnost
- vera



Koncept visoko in nizko kontekstnih kultur

Nizkokontekstna kultura:

- temelji na pisnem in verbalnem komuniciranju
- sporočila so eksplicitna (neposredna)
- npr. nemška, skandinavska, severnoameriška, angleška, francoska kultura

Visokokontekstna kultura:

- višje stopnje interpretacije
- sporočila so bolj implicitna (posredna)
- sociološki pomen, znanje, vrednote prejemnika in pošiljatelja, njihov status dopolnjujejo pomen sporočila
- npr. japonska, arabska, latinoameriška
- Obstajajo tudi podkulture (subkulture) in globalizacijski vplivi, ki te kulturološke značilnosti omilijo ali prepletajo.



Dimenzije kulture: Hofstede

Hofstedejeva kulturološka tipologija:

- odmik moči (*power distance*)
- izogib negotovosti (*uncertainty avoidance*)
- individualizem (*individualism*)/kolektivizem (*colectivism*)
- moškost (*masculinity*)/ženskost (*femininity*)
- časovni horizont (dolgoročnost/kratkoročnost) (*time perspective*) – t.i. *Confucian dynamism*



ETIKA KOT RAZSEŽNOST MEDNARODNEGA POSLOVANJA

- Povezana s sestavinami trženjskega spleta in operativnim izvajanjem trženjske strategije na mednarodnih trgih
- Povezanost etike s sociološkimi in političnimi znanostmi

Etične dileme v zvezi s kulturo in odgovornost podjetij



Hunger , Wheelen (1993, str.80) navajata naslednje štiri odgovornosti podjetij:

- ekonomsko, ki se kaže v proizvodnji izdelkov in storitev, kateri imajo za kupce vrednost in jih podjetja proizvajajo dobičkonosno
- pravno, ki jo uokvirjajo različni predpisi (v mednarodnem trženju številnih držav)
- etično, ki upošteva splošne vrednote in norme neke družbe
- diskrecijsko, ki izhaja iz drugih prostovoljnih nagibov podjetij ter njihovih funkcionarjev

Stopnje občutljivosti oseb glede etičnih obnašanj

- Etika lastnega interesa ali **etika sebičnosti**, ki zelo malo, ali sploh ne upošteva pričakovanj drugih poslovnih udeležencev. To načelo je prevladovalo v zgodnjem kapitalizmu, doživlja pa renesanso v nekaterih državah, ki so se razglašale kot socialistične. To etiko poimenujemo kot neandertalsko.
- **Etika prisile**, ko družbe ali države prisiljujejo podjetja in podjetnike, da prevzemajo del družbene odgovornosti.
- **Etika upoštevanja**, ko podjetja ali podjetniki pokrivajo tudi tista področja, ki jih regulativa ne pokriva, ali jih pokrivajo čez veljavni pravni minimum. Kaže pa se predvsem v kodeksih in nekaterih drugih instrumentih in organizacijskih rešitvah.
- **Etika prepričanja**, ki je najbolj razvita stopnja in ki jo osebki v mednarodnem poslovanju in trženju pogosto povzdignejo na raven verovanja. Kaže se na primer tudi v etičnih revizijah.

Notranji in zunanji viri etike v mednarodnem poslovanju

- Razločevanje etičnosti/neetičnosti-zakonnosti/nezakonnosti
- Notranji: poslanstvo, vizija podjetja kot vir etične razsežnosti podjetja
- Zunanji: npr. kodeksi poklicnih združenj

Etično izpostavljena področja:

- Etika in trženjske raziskave
- Podkupovanje, oblike in posledice, izsiljevanje ter poslovna obdarovanja (*greasing the wheels, lubrications, bakšiš, dash, jeitinho, mordida, whitebail, bustarella, graft, extortion..*)
- Darila kot protokol ali podkupovanje?