***Содержание***

Введение

Организационное поведение

Национальные особенности общения и их значение для бизнеса

Невербальная речь разных народов

Заключение

Список литературы

***Введение***

Организационное поведение является новой отраслью знаний, многопрофильной и противоречивой, получившей развитие в США с 50-х гг. ХХ в. В современное время требуются новые подходы к управлению организаций, так как:

происходит увеличение изменений условий производства;

ускорение нововведений, поиск высококвалифицированных кадров, тесное взаимодействие технологических, социально-экономических и политических процессов, их глобальное воздействие на экономику.

Основными элементами организационного поведения выступают индивид и группа, закономерности их поведения в конкурентной среде, определяемые необходимостью эффективной деятельности организации.

Осознание того, что люди становятся важнейшим ресурсом организации, привело к изменению поведенческой парадигмы, к гуманистической ориентации организационного поведения, его социальной направленности.

**Актуальность** данного исследования обусловлена необходимостью постоянного изучения и обобщения материалов исследований в области организационного поведения в условиях реформирования государственных структур, изменениях в общественно-политических, коммерческих организациях для выработки наиболее оптимальной модели поведения различных групп в организации.

**Цель** данного исследования изучить понятия этнокультурных факторов организационного поведения.

В соответствии с поставленной целью мною определены следующие **задачи** исследования:

) изучить понятие организационного поведения;

) охарактеризовать национальные особенности общения.

# ***Организационное поведение***

В одной и той же организационной среде разные люди ведут себя по-разному. Человек всегда обладает свободой в выборе форм поведения: принимать или не принимать существующие в организации формы и нормы поведения, с другой - он может принимать или не принимать ценности организации, разделять или не разделять ее цели и философию. В зависимости от того, в какой комбинации сочетаются эти главные составляющие основы поведения, специалисты выделяют четыре модели организационного поведения человека.

Первая модель организационного поведения: преданный и дисциплинированный член организации. Он полностью принимает все организационные ценности и нормы поведения. В этом случае человек старается вести себя таким образом, чтобы своими действиями никак не входить в противоречие с интересами организации. Он искренне старается быть дисциплинированным, выполнять свою роль полностью в соответствии с принятыми в организации нормами и формой поведения. Поэтому результаты действий такого человека в основном зависят от его личных возможностей и способностей и от того, насколько верно определено содержание его роли и функций в организации.

Вторая модель организационного поведения: приспособленец. Человек не приемлет ценностей организации, однако старается вести себя, полностью следуя нормам и формам поведения, принятым в организации. Такого человека можно охарактеризовать как приспособленца. Он делает все правильно и по правилам, но его нельзя считать надежным членом организации, так как он, хотя и является хорошим и исполнительным работником, тем не менее может в любой момент покинуть организацию или совершить действия, которые могут противоречить интересам организации, но соответствовать его собственным интересам. Например, такой человек с легкостью покинет фирму, как только в другом месте ему предложат несколько лучшие условия или без особых угрызений совести продаст корпоративные секреты конкурентам. Приспособленцы - самый распространенный тип поведения среди персонала любой организации.

Третья модель организационного поведения: оригинал. Человек приемлет цели деятельности организации, но не приемлет существующие в ней традиции и нормы поведения. В данном случае человек может порождать много трудностей во взаимоотношениях с коллегами и руководством, в коллективе он выглядит "белой вороной", оригиналом. Однако если руководство организации находит в себе силы отказаться от устоявшихся норм поведения применительно к отдельным сотрудникам и дать им свободу в выборе форм поведения, то они могут найти свое место в организации и приносить ей значительную пользу. К этому типу относится много талантливых людей креативного (творческого) склада, способных генерировать новые идеи и оригинальные решения.

Четвертая модель: бунтарь. Индивид не приемлет ни норм поведения, ни ценностей организации. Это открытый мятежник, который все время входит в противоречие с организационным окружением и создает конфликтные ситуации. Очень часто "бунтари" своим поведением рождают множество проблем, которые существенно усложняют жизнь организации и даже наносят ей ущерб. Однако было бы неверно считать, что такой тип организационного поведения абсолютно неприемлем, и люди, ведущие себя таким образом, не нужны организации. Среди них также встречается много одаренных личностей, присутствие которых в организации приносит большую пользу, несмотря на все создаваемые ими неудобства. Так, в корпорации IBM принята специальная программа "Вольный сотрудник". Отобранные из числа отъявленных "бунтарей" вольные сотрудники (их в IBM насчитывается примерно 50 человек) получают полную свободу действий на пять лет с единственной целью - постоянно сотрясать систему организации сверху донизу.

К факторам, определяющим поведение человека в организации факторам, определяющим поведение человека в организации, относятся:

индивидуально-личностные особенности работников; профессиональные и трудовые роли личности;

требования организации к физическим и психическим свойствам работников, вытекающие из специфики целей ее деятельности; профессиональные и социокультурные требования;

действующие механизмы профессиональной ориентации и реальные возможности выбора профессии; применяемые процедуры отбора и найма

условия трудовой адаптации, включающие применяемые способы налаживания взаимодействия организации и личности; особенности механизма принятия управленческих решений;

особенности каналов и средств коммуникаций; наличие и особенности механизма управления карьерой;

применяемые средства и критерии оценки работников, порядок проведения аттестации; реакция организации на нарушения сотрудниками установленных норм трудового поведения; действующий порядок увольнения.

Трудовое поведение представляет собой совокупность внешне наблюдаемых реакций сотрудников организации, обусловленных воздействиями различных постоянных и ситуативных факторов рабочей среды: физических, производственно-технологических, управленческих и социально-психологических.

Задача типологии трудового поведения состоит в выявлении стандартизированных форм поведения людей на работе, обусловленных разнообразием условий трудовой деятельности. Это необходимо для правильного анализа и рационального воздействия на трудовое поведение соответствующих категорий работников с целью оптимального решения конкретных производственных задач. Основаниями для типологии (выделения определенных типов) трудового поведения являются основные факторы, влияющие на характер поведения работников. Эти факторы перечислены выше. В соответствии с этим перечнем факторов можно выделить следующие типы трудового поведения, определяемые:

. Индивидуально-личностными особенностями работников (темпераментом, характером, способностями, направленностью, потребностями, жизненными ценностями, интересами, мотивационным ядром). Этот тип трудового поведения можно определить как личностно обусловленное. Совокупное действие перечисленных особенностей проявляется в отношении к труду и качестве выполнении трудовых функций. В связи с этим можно выделить три типа трудового поведения работников, отличающиеся разной степенью мотивации и заинтересованности в результатах труда: инициативное, формально-лояльное и девиантное (отклоняющееся) Кроме того, личностные свойства обусловливают склонность к разным типам поведения в трудовых конфликтах: уклоняющееся, уступчивое, доминирующее, компромиссное, сотрудничающее.

. Занимаемой должностной позицией (рядовой исполнитель, специалист, руководитель нижнего звена, руководитель среднего звена, руководитель высшего звена). Каждая должностная позиция обусловливает соответствующие стандарты трудового поведения, связанные с разной степенью самостоятельности в выполнении трудовых операций, участия в служебных коммуникациях, принятии решений и т.п. В целом поведение, обусловленное занимаемой должностной позицией, занимаемой данным работником, или должностью, можно определить как ролевое или функционально обусловленное.

Типология трудового поведения руководителей в качестве критерия использует степень применения принуждения как трудового стимула и степень участия подчиненных в принятии управленческих решений. Соответственно выделяются три типа поведения: авторитарное, демократическое и либеральное.

. Степенью организационной идентичности и приверженности работников целям и ценностям организации. По этому критерию можно выделить лояльное, умеренно лояльное и нелояльное типы поведения.

. Участием в деятельности различных по характеру и целям деятельности социальных групп, существующих в данной организации. По этом критерию выделяют: формальное трудовое поведение (соответствующее уставу организации и др. нормативным документам, регламентирующим трудовое поведение); внеформальное трудовое поведение (диктуемое не столько установленными официально нормами, сколько конкретными условиями работы и реальной трудовой ситуацией) и неформальное трудовое поведение, обусловленное участием сотрудников во внеслужебных группах (семейных, товарищеских, конфессиональных, политических и пр.)

# ***Национальные особенности общения и их значение для бизнеса***

У всех народов - существуют собственные культурные традиций, собственный национальный характер. Даже народы живущие по соседству, исповедующие одну и ту же религию, зачастую имеют значительные различия в языке и местных обычаях. Нетрудно себе представить, сколько возможных трудностей может возникнуть при общении уроженца Западной Европы например с жителем Китая - страны, лишь сравнительно недавно открытой для европейцев и все еще оставшейся для них весьма таинственной и непостижимой.

Специалисты, работающие по международным контактам придерживаются различных точек своего зрения на то, в какой мере представители различных народов и частей мира должны непременно учитывать национальные особенности делового общения при проведении совместных дел. Некоторые люди считают, что интенсивность делового общения часто приводит к разрыву национальных границ.

Прогрессивность информационных систем, бурное развитие международных политических, экономических и культурных связей способствует взаимопроникновению установленных национальных особенностей общения, формирует единые параметры необходимые для ведения переговоров. Другие народы наоборот, склонны придавать национальным особенностям сильно большое значение, поскольку ценности, приобретаемые навыки поведения, традиции, усваиваемые в детстве и юности (а они, в большей степени, зависят от национальности и страны проживания этих народов), создают серьезные проблемы во время проведения переговоров между носителями различных культур.

Между тем, в современном бизнесе появляется все больше людей, которые не обладают опытом международного утонченного общения и ведущих свои дела в присущей национальной манере. Хотя, ни один специалист специализирующийся по международным деловым связям не возьмется утверждать, о том, что национальные особенности не имеют большого значения в деловом общении и их смело можно игнорировать. Пока интересы переговорных сторон совпадают, национальные различия могут быть незаметными, но только назревает или возникает конфликтная ситуация, они начинают играть свою важную роль.

США

Американская культура сравнительно молода по сравнения с другими культурами, но именно она повлияла на стиль переговоров практически во всём мире.

Американцы самостоятельны и независимы, они с самого раннего детства привыкли засчитывать только на себя. Индивидуальность личности - это самое главное для американца. Они очень энергичны. Также их можно назвать и педантами, мелочными в некоторых вопросах. Часто успех американцы определяют количеством заработанных денег, однако сами американцы отвергают такой подход.

У этой нации не существует культа одежды, поэтому они предпочитают одеваться в удобную повседневную одежду. В процессе проведения переговоров предпочитают неформальную атмосферу, отказываясь при этом от строгого следования протоколу. Часто они обращаются к партнёру по имени независимо от занимаемого статуса в обществе и возраста.

Американский стиль ведения переговоров может иногда расцениваться их партнёрами как чрезмерно напористый, грубый, а неформальное общение как фамильярность. Иногда это служит почвой для начала конфликтной ситуации, отказа в сотрудничестве.

За столом следует избегать разговоров о политике, религии. Также следует помнить, что американцы просто помешаны на своём здоровье, поэтому спиртного потребляют мало. Не приняты и тосты. Если Вас пригласили в гости, лучше захватить с собой бутылочку вина или какой-нибудь сувенир.

Великобритания

Англичан можно назвать очень сдержанными, щепетильными иногда. Они немногословны, что символизирует уважение к собеседнику. Но иногда партнеры по бизнесу могут расценивать молчание, как знак согласия.

В деловых переговорах они избегают категорических утверждений, и вводят различные обороты, такие как: "я думаю", "мне кажется", "возможно" и т.д.

Если Вы приглашены в гости, то лучше послать в дом к хозяину посыльного с цветами или бутылочкой вина. Помните, что не принято обращаться к гостю, если он Вам не представлен, так же не принято целовать руку даме.

Дарить принято в деловых круга что-то мелкое, например, зажигалку, а иначе Ваш знак внимания могут расценить как взятку.

Германия

Немцы отличаются своим трудолюбием, бережностью, пунктуальностью. Своей непунктуальностью вы можете сразу оставить неприятное впечатление о себе. Они предпочитают официальный стиль одежды - строгий деловой костюм с галстуком, например. Так же большое внимание уделяют и обуви при этом. Она обязательно должна подходить костюму.

В начальном этапе переговоров немцы ведут себя очень строго, стараются достичь по всем интересующим вопросам соглашение.

Настаивают на неукоснительном выполнении всех пунктов контракта. Не забывайте, что счета в ресторанах с немцами Вам придётся оплатить раздельно, каждый сам за себя. Не настаивайте на том, чтобы оплатить все счета, это может повлечь за собой обиду.

Следует отметить, что немцы очень редко приглашают к себе домой своих партнёров.

Франция

этнокультурный фактор организационное поведение

Французы предпочитают вести переговоры на французском языке в качестве официального. Если же вдруг Ваш французский партнёр заговорил по-русски, то считайте это знаком внимания и большого уважения.

Если Вы проводите переговоры в ресторане, то помните о том, что еда для французов - это предмет гордости, и поэтому никогда не оставляйте еду на тарелке. Лучше закажите то блюдо, которое Вам будет действительно по душе, и которое Вы сможете доесть до конца. Хвалите всё время при этом блюдо.

Французы не склонны к торгу, они досконально изучают все вопросы, касающиеся предстоящей сделки, и требуют от своих партнёров того же.

Надо заметить, что они не очень пунктуальны, и не обидятся в тоже время на Вашу.

Большое значение придают рукопожатию, через которое они могут выражать различные эмоции.

В партнёрских переговорах у французов не принято дарить никаких подарков.

Венгры

Венгры очень эмоциональны и часто подвержены своим эмоциям, они горячо обсуждают традиционное рыцарство. Венгры часто идут на уступки в переговорах, что может расцениваться партнёрами, как пренебрежение.

Очень большое внимание уделяют одежде, любят одеваться с шиком.

У венгров также не принято вести переговоры в ресторанах, все деловые вопросы они обсуждают в офисе.

Япония

С детства японцы учатся подавлять свои личные амбиции, и наоборот, стремятся к отстаиванию интересов группы, фирмы и т.д. Они верны, развито чувство долга, дисциплинированны, бережливы.

Установление партнёрских отношений по телефону или через агентства бесполезно. Лучше будет, если Вашу фирму порекомендует хорошо знакомый обеим сторонам. В бизнесе они очень точны и пунктуальны, выполняют все взятые на себя обещания.

В переговорах часто случаются недоразумения из-за того, что на японском слова "да" и "нет" отличаются от значения этих слов на других языках. На японском языке часто "да" означает согласие со сказанным, а не выражение согласия.

Если Вас пригласили в ресторан японской кухни, то помните, что там Вам придётся разуваться! Обратите внимание на обувь и носки. Старайтесь хотя бы пробовать все угощения и спиртные напитки, если они Вам явно уж не по душе. Японцы очень улыбчивы, улыбкой они переживают неудобную затянувшуюся паузу, выражают расположение. Рукопожатие не принято.

И что очень важно, если Вы собрались подарить цветы, не делайте этого без тщательного изучения значения цветочной символики.

Арабские страны

Не секрет, что на востоке очень большое значение имеют исламские традиции.

Все переговоры ведутся с мужчинами. При встрече мужчины слегка обнимаются, похлопывают по плечам. Однако такая традиция приемлема только между очень близкими партнёрами, не распространяются на чужестранцев

Общение с мусульманскими представителями не ограничится обсуждением вопросов, касающихся дела. Вы обязательно обсудите здоровье, вашу жизнь. Выслушайте так же и Вашего собеседника, это буду рассматривать, как Ваше внимание и уважение к партнёру.

Помните, что мусульмане - прирождённые торговцы, они умеют это делать, делают это с удовольствием, превращая всё действие в спектакль. Чаще всего первая цена очень завышена.

Швеция

Уровень профессионализма у шведов очень высокий, так что они очень требовательны к представителям фирм, приветствуют пунктуальность, надёжность, порядочность партнера

Шведы - педанты, поэтому лучше заранее договориться о предстоящих встречах, оговорив также и состав делегации. Несмотря на то, что они очень сдержанны в своих эмоциях, прежде чем преступить к переговорам по делу, будьте готовы к обсуждения погоды, а так же к обсуждения мельчайших деталей Вашего дела.

Приглашение домой Вы, скорее всего, не получите. Но если такое и случится, старайтесь придерживаться правил хорошего тона, маленькие традиции данной семьи. Любят классический стиль одежды.

# ***Невербальная речь разных народов***

Кроме специальных правил поведения в каждой стране существует свой язык жестов, невербальная речь.

В Голландии поворот указательного пальца у виска означает, что кто-то сказал остроумную фразу.

Говоря о себе, европеец покажет рукой на грудь, а японец - на нос.

В некоторых африканских странах смех означает изумление или замешательство.

Жест "ноль", образованный большим и указательным пальцами, в США означает, что все идет хорошо, в Японии - деньги, а в Португалии считается неприличным.

В России поднятые брови означают удивление, в Германии - восхищение, в Англии - выражение скептицизма.

Когда француз или итальянец стучат себя пальцем по голове, это значит, что они считают какую-то идею глупой.

Если британец или испанец шлепнет себя ладонью по лбу, этим он покажет окружающим, что доволен собой. Тем же самым жестом немец выразит свое крайнее возмущение по отношению к кому-либо.

Когда голландец стучит себе по лбу, вытянув при этом указательный палец, это означает, что ваша идея ему понравилась, но он считает ее слегка сумасшедшей.

Когда француз чем-то восхищен, он соединяет кончики трех пальцев, подносит их к губам и, высоко подняв подбородок, посылает в воздух нежный поцелуй. Если он потирает указательным пальцем основание носа, это означает, что он не доверяет тому, о ком говорят.

Итальянец выражает недоверие, постукивая указательным пальцем по носу. Этот же жест в Голландии означает, что говорящий или тот, о ком говорят, находится в состоянии алкогольного опьянения.

Движение пальца из стороны в сторону в США и Италии означает легкое осуждение или угрозу, в Голландии - отказ. В арабских странах поднятый кверху большой палец считается проявлением непристойного поведения. Неприличной считается также жестикуляция руками или на пальцах.

В странах Ближнего Востока деньги или подарки протягивают только правой рукой, если это сделают левой, то тем самым нанесут оскорбление собеседнику.

В Алжире или Египте арабский жест подзывания схож с нашим жестом прощания

При общении очень важно учитывать расстояние между собеседниками. Расстояние до одного метра считается интимным. Общение на таком расстоянии принято только между близкими людьми и друзьями. Расстояние от одного до двух с половиной метров считается официальным. Если оно нарушается, человек начинает неловко себя чувствовать. Расстояние от трех метров и дальше считается "расстоянием безразличия". Это излюбленное расстояние начальников. На таком расстоянии легко отдавать приказы и распоряжения.

Если вы хотите добиться чего-либо от вашего начальника, то приблизьтесь к нему на 1,5 метра и старайтесь сохранять эту дистанцию.

У народов разных культур существуют различные представления об оптимальном расстоянии между собеседниками. Жители США обычно ведут разговор на расстоянии не менее 60 см друг от друга. Латиноамериканцы, наоборот, при разговоре очень близко подходят к собеседнику.

# ***Заключение***

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что целью функционирования любой организации является эффективность её деятельности, которая, в свою очередь, во многом обеспечивается производительной работой её сотрудников. Давно известен тот факт, что при изначально равных стартовых условиях в будущем выигрывают те организации, которые уделяют значимое внимание развитию своего персонала и стимулированию его труда, адекватному вложенным трудовым усилиям. В этой связи вопросы организационного воздействия на работников и управления персоналом выступают на первый план.

Современная этнокультурная среда, в условиях которой функционируют предприятия, во многом определяет условия, в рамках которых должно осуществляться организационное воздействие на персонал. Так, процесс организационного воздействия на многонациональный персонал предприятия в этих условиях должен в своей основе опираться на этнокультурные нормы и ценности работников, учитывать специфику этнокультурного взаимодействия между индивидуумами в трудовой среде.

Анализируя данные нашего исследования волей-неволей приходится учитывать тот факт, что современным организациям приходится функционировать в условиях сложившейся в регионах этнокультурной среды. В связи с чем становится понятным, что учет этнокультурных факторов необходим в любом аспекте деятельности организации, который в той или иной мере связан с людьми. Процесс организационного воздействия на персонал предприятия напрямую соприкасается с особенностями современной этнокультурной среды в том плане, что именно сложившаяся этнокультурная среда во многом определяет этнокультурные установки персонала, его мотивацию, этнокультурное поведение и т.д. Таким образом, в данных условиях велика вероятность, что условно взятый работник в организации поведет себя по другому, нежели он повел бы себя в условиях монокультурной среды.

К тому же, важную роль в сохранении межэтнического климата в целом в регионе играет качество управления на местах как на макро - уровне (на уровне региона, города, района), так и на микро - уровне (на предприятиях, организациях, отдельных производственно-хозяйственных единицах). Поэтому одним из важнейших требований, предъявляемых в настоящее время ко всем, кто имеет право принимать управленческие решения на разных уровнях, является учет национального аспекта, предвидение возможного влияния принятого решения на межнациональные отношения.

# ***Список литературы***

1. Султанбаева К.И. Курс лекций по дисциплине этнопедагогика и этнопсихология. - Абакан, 2010

2. Шпет Г.Г. Введение в этническую психологию. - М.: Издательство ЛКИ, 2010. - 352 с.

3. В.Л. Цветков <http://www.knigafund.ru/authors/30164>, А.В. Соловьёва <http://www.knigafund.ru/authors/30165>. Этнопсихология. Учебное пособие в схемах: учебное пособие для студентов вузов <http://www.knigafund.ru/books/172419>. - Издательство: Юнити-Дана; Закон и право, 2014 г.

. Садохин А.П. <http://www.knigafund.ru/authors/9361>, Грушевицкая Т.Г. <http://www.knigafund.ru/authors/27995> Основы этнологии: Учебное пособие для вузов <http://www.knigafund.ru/books/20261>. - Издательство: Юнити-Дана, 2012 г.

. Крысько, В.Г. Этническая психология. - М.: Академия, 2013. - 320 с.

. Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 367 с.