

კულტურათაშორისი მენეჯმენტი: გლობალური კორპორატიული სტრატეგიების სოციოლოგიური ანალიზი

ნატო მახათაძე

სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი,
სტუ-ს ასისტენტი პროფესორი

რეზიუმე

გლობალიზებულ ეკონომიკაში, კულტურათაშორისი მენეჯმენტი გადამწყვეტი მნიშვნელობისაა საერთაშორისო მასშტაბით გაფართოების მსურველი კომპანიებისთვის. ორგანიზაციებმა უნდა გაითვალისწინონ კულტურული განსხვავებები, რომლებიც გავლენას ახდენს თანამშრომლების ქცევაზე, მომხმარებელთა პრეფერენციებზე და ბიზნეს პროცესებზე. სოციოლოგია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს იმის გაგებაში, თუ როგორ მოქმედებს კულტურული ნორმები და სოციალური სტრუქტურები სხვადასხვა ქვეყანაში ქცევაზე, რაც ეხმარება მენეჯერებს შექმნან სტრატეგიები, რომლებიც შეესაბამება ადგილობრივ კონტექსტებს. ეს ნაშრომი იკვლევს, თუ როგორ აყალიბებენ სოციოლოგიური ფაქტორები გლობალურ ბიზნეს სტრატეგიებს და იკვლევს, თუ როგორ შეუძლიათ კომპანიებს მართონ კულტურათაშორისი ურთიერთქმედებები მრავალფეროვან ბაზრებზე წარმატების გასაზრდელად. იგი ხაზს უსვამს ძირითად ფაქტორებს, რომლებიც განსაზღვრავს საერთაშორისო კორპორაციების წარმატებას ან წარუმატებლობას კულტურათაშორის გარემოში.

საკვანძო სიტყვები: კულტურათაშორისი მენეჯმენტი. გლობალური კორპორატიული სტრატეგია. სოციოლოგიური ანალიზი. კულტურული განსხვავებები. საერთაშორისო ბიზნესი. კულტურული განზომილებების თეორია (ჰოფსტედე). მაღალი და დაბალი კონტექსტის კულტურები (ჰოლი). კორპორატიული კულტურა. სოციოლოგიური მიდგომა. გლობალიზაცია.

INTERCULTURAL MANAGEMENT: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF GLOBAL CORPORATE STRATEGIES

Nato Makhatadze

Doctor of Social Sciences,
Assistant Professor of GTU

ABSTRACT

In the globalized economy, intercultural management is crucial for companies expanding internationally. Organizations must navigate cultural differences, which impact employee behavior, customer preferences, and business processes. Sociology plays a key role in understanding how cultural norms and social struc-

tures influence behavior across countries, helping managers create strategies that align with local contexts. This paper examines how sociological factors shape global business strategies and explores how companies can manage intercultural interactions to enhance success in diverse markets. It highlights key factors that determine the success or failure of international corporations in a cross-cultural environment.

Key words: Intercultural Management. Global Corporate Strategy. Sociological Analysis. Cultural Differences. International Business. Cultural Dimensions Theory (Hofstede). High-context and Low-context Cultures (Hall). Corporate Culture. Sociological Approach. Globalization.

შესავალი

გლობალიზაციის კონტექსტში, როდესაც კორპორაციები ცდილობენ თავიანთი ოპერაციების/ქმედებების გაფართოებას საერთაშორისო ბაზრებზე, კულტურათაშორისი მენეჯმენტი ხდება არა მხოლოდ აქტუალური, არამედ კორპორატიული სტრატეგიების სასიცოცხლო/საარსებოდ მნიშვნელოვანი კომპონენტი. გლობალური ეკონომიკა, რომელიც ხასიათდება ქვეყნებსა და რეგიონებს შორის ურთიერთდამოკიდებულების მაღალი ხარისხით, მოითხოვს ორგანიზაციებისგან, რომ შეძლონ ეფექტური ურთიერთქმედება სხვადასხვა კულტურებთან და საკუთარი მიდგომების ადაპტირება თითოეული მათგანის სპეციფიკასთან. ინტერკულტურული მენეჯმენტი გულისხმობს პირველ რიგში კულტურებს შორის განსხვავებების შესწავლას და მართვას, რადგან სწორედ ეს განსხვავებები და თვით კულტურა გავლენას ახდენს თანამშრომლების ქცევაზე, ნორმებზე, მომხმარებელთა პრიორიტეტებსა და უპირატესობებზე, შიდა და გარე ბიზნეს პროცესებზე. სოციოლოგია და მენეჯმენტი იკვთება კულტურათაშორისი ურთიერთქმედების კონტექსტში. სოციოლოგია გვეხმარება გავიგოთ, თუ როგორ მოქმედებს კულტურული ნორმები, ღირებულებები და სოციალური სტრუქტურები ადამიანების ქცევაზე სხვადასხვა ქვეყანაში. მენეჯმენტი კი თავის მხრივ, ეყრდნობა ამ სოციოლოგიურ კონცეფციებს, რათა განავითაროს ეფექტური მართვის სტრატეგიები, რომლებიც ხელს უწყობს ორგანიზაციას მოერგოს სხვადასხვა კულტურულ და სოციალურ პირობებს. სოციოლოგიური ანალიზი

ხელს უწყობს ფარული ბარიერებისა და წინასწარ გააზრებული იდეების იდენტიფიცირებას, რომლებიც შესაძლოა აფერხებდეს ბიზნესის განვითარებას მსოფლიოს სხვადასხვა რეგიონში, ასევე სოციალური მიდგომა ეხმარება მენეჯერებს იყვნენ მეტად ინფორმირებული და შედეგად კულტურის ჩარჩოში მიიღონ შესაბამისი გადაწყვეტილებები. ჩვენი მიზანია გავაანალიზოთ, თუ როგორ მოქმედებს სოციოლოგიური ფაქტორები საერთაშორისო ბიზნეს სტრატეგიებზე. შესაბამისად ყურადღებას ვამახვილებთ სტატიაში იმ ფაქტებზე, რომელიც აღწერს კულტურულ, სოციალურ და ეკონომიკურ ზეგავლენას და შედეგების სხვაობას გლობალური სტრატეგიის გადაწყვეტილებებზე. ასევე განვიხილავთ, თუ როგორ უნდა გამოიყენონ კომპანიებმა სოციოლოგიური შეხედულებები კულტურათაშორისი ურთიერთქმედებების ეფექტურად სამართავად. წარმოდგენილი ანალიზი ხელს შეუწყობს ძირითადი ფაქტორების იდენტიფიცირებას, რომლებიც გამოააშკარებენ საერთაშორისო კორპორაციების წარმატებას ან წარუმატებლობას კულტურული განსხვავებებისა და რთული გლობალური ბაზრის პირობებში.

კულტურათაშორისი მენეჯმენტის თეორიული საფუძვლები

კულტურათაშორისი მენეჯმენტი, როგორც კვლევისა და პრაქტიკის სფერო, ეფუძნება მთელ რიგ თეორიებს, რომლებიც გვეხმარება, ხელს გვიწყობს გავიგოთ, თუ როგორ მოქმედებს კულტურული განსხვავებები ორგანიზაციებში, ადამიანების ქცევაზე, ასევე კორპორატიულ სტრატეგიებსა და მენეჯმენტის პრაქტიკაზე. ღირებულებების, ნორმებისა და აღქმების განსხვავება მნიშვნელოვანი ფაქტორებია, რომლებიც გავლენას ახდენს საერთაშორისო კომპანიების წარმატებასა თუ წარუმატებლობაზე, ამიტომ კულტურული მენეჯმენტის თეორიული მიდგომების განხილვა მნიშვნელოვანია როგორც გლობალური კორპორაციების ეფექტური სტრატეგიების შემუშავების კვლევაში, ასევე თვითონ ამ პროცესში. კულტურულათაშორისი მენეჯმენტის სფეროში ერთ-ერთი ყველაზე გავლენიანი და მნიშვნელოვანი თეორია არის ჯერარდ ჰოფსტედის კულტურული განზომილების მოდელი, რომელიც გვთავაზობს სტრუქტურირებულ მიდგომას კულტურული განსხვავებების ანალიზისა და მენეჯმენტზე მათი გავლენის გასაგებად. ჰოფსტედის აზრით, თითოეული ქვეყნის კულტურა შეიძლება ხასიათდებოდეს რამდენიმე განზომილების მიხედვით, როგორიცაა ძალაუფლების (ძალაუფლებრივი) დისტანცია, ინდივიდუალიზმი კოლექტივიზმის წინააღმდეგ, გაურკვევლობის თავიდან აცილება, მამაკაცურობა ქალურობის წინააღმდეგ და გრძელვადიანი მოკლევადიანი ორიენ-

ტაციის წინააღმდეგ. ეს განზომილებები ეხმარება ორგანიზაციებს გააცნობიერონ, თუ სხვაობებმა კულტურულ ღირებულებებში როგორი გავლენა შეიძლება იქონიონ ორგანიზაციულ პრაქტიკაზე, მაგალითად ისეთზე როგორიცაა გადაწყვეტილების მიღება, ლიდერობა, მოტივაცია და მართვის სტილი. მაგალითად, მძლავრი ძალაუფლების დისტანციის მქონე კულტურებში, როგორიცაა აზიის მრავალი ქვეყანა, მართვის ავტორიტარული მეთოდები უფრო ეფექტური იქნება, ვიდრე პატარა ძალაუფლების დისტანციის მქონე ქვეყნებში, სადაც უპირატესობა ენიჭება გადაწყვეტილების მიღების უფრო დემოკრატიულ და მონაწილეობით მეთოდებს. კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი თეორია, ეს არის ედვარდ ჰოლის მიერ შემოთავაზებული მაღალი კონტექსტის და დაბალი კონტექსტის კულტურის თეორია. ჰოლი ხაზს უსვამს, რომ სხვადასხვა კულტურას ინფორმაციის გადაცემისა და მნიშვნელობის გამოხატვის სხვადასხვა გზა აქვს. მაღალი კონტექსტის კულტურებში, როგორიცაა იაპონია ან არაბული სამყარო, კომუნიკაცია ხშირად გულისხმობს არაპირდაპირი სიგნალების, ჟესტების, ინტონაციისა და კონტექსტის გამოყენებას, ხოლო დაბალი კონტექსტის კულტურებში, როგორიცაა შვედეთი, შტატები ან გერმანია, აქცენტი კეთდება აზრების პირდაპირ და მკაფიო გამოხატვაზე. მნიშვნელოვანია, რომ საერთაშორისო კომპანიებში მომუშავე მენეჯერებმა გაიგონ ეს განსხვავებები, რათა ეფექტურად იმოქმედონ კოლეგებთან და კლიენტებთან, თავიდან აიცილონ გაუგებრობები და დაამყარონ პროდუქტიული სამუშაო ურთიერთობები.

გარდა ამისა, კულტურული განსხვავებების გავლენა ორგანიზაციულ სტრუქტურებსა და თანამშრომელთა ქცევაზე შეიძლება განვიხილოთ სოციოლოგიური თეორიების პერსპექტივიდან. მაგალითად, სოციალური კონსტრუქტივისტული თეორიები გვეხმარება იმის ახსნაში, თუ როგორ აყალიბებს სოციალური და კულტურული ფაქტორები ძალაუფლების, პასუხისმგებლობისა და იერარქიის სტრუქტურებს ორგანიზაციებში. სხვადასხვა კულტურას შეიძლება ჰქონდეს განსხვავებული მოლოდინი იმის შესახებ, თუ ვინ არის ლიდერი, როგორია ის, რა ნორმები უნდა იყოს დაცული კოლეგებს შორის ურთიერთობაში და როგორ მიიღება გადაწყვეტილებები. ზოგიერთ ქვეყანაში, როგორიცაა სკანდინავიის ქვეყნები, პრაქტიკაში იყენებენ ბრტყელ სტრუქტურებს, რომელიც ეფუძნება გადაწყვეტილების მიღებაში გუნდის ყველა წევრის თანამშრომლობასა და მონაწილეობას, ხოლო სხვა კულტურებს, როგორიცაა სამხრეთ კორეა ან ინდოეთი, აქვთ უფრო იერარქიული მართვის სტრუქტურა და შესაბამისად მკაცრად განსაზღვრული როლები.

ამრიგად, ინტერკულტურული მენეჯმენტისა და

სოციოლოგიის თეორიები საშუალებას გვაძლევენ არა მხოლოდ აღვწეროთ კულტურული განსხვავებები, არამედ განვიხილოთ კონკრეტული მეთოდები, მათი ეფექტური გამოყენების მიზნით კორპორატიული სტრატეგიების შემუშავების პროცესში. ეს მიდგომები ხელს უწყობს უფრო ჰარმონიული სამუშაო გარემოს შექმნას, პროდუქტიულობის გაზრდას და საერთაშორისო გუნდებში ურთიერთგაგების გაუმჯობესებას.

კორპორატიული სტრატეგიების სოციოლოგიური ანალიზი

სოციოლოგია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს იმის გაგებაში, თუ როგორ მოქმედებს კულტურული განსხვავებები კორპორატიული სტრატეგიების ჩამოყალიბებაზე. ის უზრუნველყოფს ინსტრუმენტებსა და მეთოდებს სოციალური სტრუქტურების, ნორმების, ტრადიციებისა და ქცევების გასაანალიზებლად რომლებიც გავლენას ახდენენ ორგანიზაციის შიდა და გარე ოპერაციებზე, განსაკუთრებით საერთაშორისო კონტექსტში. გლობალური კორპორაციებისთვის სოციალური ფაქტორების გაგება მნიშვნელოვანია ეფექტური სტრატეგიების შემუშავებისთვის, რომელიც ითვალისწინებს სხვადასხვა კულტურულ პრეფერენციებსა და მოლოდინებს. კორპორატიული სტრატეგიების სოციოლოგიური ანალიზის ერთ-ერთი ძირითადი ასპექტია კორპორატიული კულტურის შესწავლა. კორპორატიული კულტურა ასახავს ღირებულებებს, რწმენას და ქცევის ნორმებს, რომლებსაც იზიარებენ ორგანიზაციის თანამშრომლები და ის შეიძლება მნიშვნელოვნად, დიდად განსხვავდებოდეს არა მარტო ქვეყნებში, არამედ რეგიონებში. უაღრესად ინდივიდუალისტური კულტურის მქონე ქვეყნებში, როგორიცაა შეერთებული შტატები ან გაერთიანებული სამეფო, კორპორატიულმა კულტურამ შეიძლება ხაზი გაუსვას პიროვნულ მიღწევებს და თანამშრომლების ავტონომიას. მაშინ როდესაც კოლექტივისტური კულტურის მქონე ქვეყნებში, როგორიცაა იაპონია ან სამხრეთ კორეა, აქცენტი კეთდება გუნდურ მუშაობაზე, ურთიერთდახმარებასა და იერარქიის პატივისცემაზე. სოციოლოგიური მიდგომა გვეხმარება იმის დადგენაში, თუ როგორ შეუძლია ამ განსხვავებებს, გავლენა მოახდინოს თანამშრომლების ურთიერთქმედებებზე, გადაწყვეტილების მიღებასა და მართვის სტილზე, რაც მნიშვნელოვანია გლობალური კორპორატიული სტრატეგიების შემუშავებისას. სოციალური ნორმები და ტრადიციები ასევე მნიშვნელოვან როლს თამაშობს კომპანიების საერთაშორისო ოპერაციებში. მაგალითად, ზოგიერთი კულტურა მკაცრად იცავს ტრადიციებსა და ნეს-ჩვეულებებს, რაც გავლენას ახდენს ბიზნეს პრაქტიკაზე, როგორიცაა მოლაპარაკებების დაწყების დრო, ფორმა-

ლობების დაცვა ან საჩუქრებთან და ეტიკეტთან დაკავშირებული მოლოდინი. სოციოლოგიური ანალიზი გვეხმარება იმის დადგენაში, თუ როგორ შეიძლება განსხვავდებოდეს ეს ნორმები სხვადასხვა ქვეყნებში და როგორ შეიძლება გავლენა იქონიონ კორპორატიული სტრატეგიების წარმატებაზე ან წარუმატებლობაზე სხვადასხვა რეგიონში. მაგალითად, კომპანიებს, რომლებიც არ ითვალისწინებენ პირადი ურთიერთობების მნიშვნელობას აზიის ქვეყნებში, შეიძლება გაუჭირდეთ მოლაპარაკება ან გრძელვადიანი პარტნიორობის დამყარება. წარმატებული და წარუმატებელი სტრატეგიების მაგალითები ადასტურებს სოციოლოგიური ფაქტორების მნიშვნელობას კორპორაციულ მართვაში.

საინტერესო სხვადასხვა ქვეყნის პრაქტიკის გაცნობის საფუძველზე წარვადგინოთ ქართული რეალობა. საქართველოში კორპორატიული კულტურა ეროვნული ტრადიციებისა და სოციალური ნორმების გავლენით ყალიბდება. ამ მახასიათებლების გაცნობიერება მნიშვნელოვანია ქართულ კომპანიებთან ეფექტური ურთიერთობისთვის. კორპორატიული კულტურის ძირითადი ასპექტები საქართველოში: პირადი კავშირების მნიშვნელობა: საქართველოში დიდი ყურადღება ეთმობა ნაცნობობას და სასარგებლო კონტაქტებს. პირადი კავშირების ქონამ შეიძლება მნიშვნელოვნად გააადვილოს საქმიანი ურთიერთქმედება და ხელი შეუწყოს წარმატებულ თანამშრომლობას. ციფრული არსებობა: ქართული კომპანიები, მცირედებიც კი, ცდილობენ ჰქონდეთ ონლაინ პლატფორმა. ხარისხიანი ვებსაიტის ან გვერდის არსებობა სოციალურ მედიაში, მაგალითად Facebook, მნიშვნელოვანია კომპანიის იმიჯისთვის. ლიდერობის სტილი: თანამშრომლების პატივისცემით მოპყრობა ხელს უწყობს პოზიტიური სამუშაო გარემოს შექმნას. ამ სპეციფიკიდან გამომდინარე, კომპანიებმა, რომლებიც გეგმავენ ქართველ პარტნიორებთან თანამშრომლობას ან ქართულ ბაზარზე ოპერირებას, უნდა მოარგონ თავიანთი კორპორატიული სტრატეგიები და პრაქტიკა ეფექტური ურთიერთქმედებისა და წარმატებული პარტნიორობის უზრუნველსაყოფად.

წარმატებული და წარუმატებელი ინტერკულტურული სტრატეგიების მაგალითები

კორპორატიული სტრატეგიების შემუშავებისას კულტურულ განსხვავებებთან წარმატებული ადაპტაცია არის საკვანძო ფაქტორი საერთაშორისო კომპანიებისთვის, რომლებიც ცდილობენ ახალ ბაზრებზე გასვლას. წარმოგიდგენთ წარმატებული, ისე წარუმატებელი ინტერკულტურული სტრატეგიების რამდენიმე მაგალითს, რათა უკეთ იყოს გაანალიზებული თუ რა სოციალურმა და კულტუ-

რულმა ასპექტებმა შეიძლება გავლენა მოახდინოს წარმატებაზე ან წარუმატებლობაზე.

წარმატებული მაგალითები: 1. კოკა-კოლა. Coca-Cola არის კომპანიის ნათელი მაგალითი, რომელმაც ეფექტურად მოახდინა თავისი მარკეტინგული სტრატეგიების ადაპტირება სხვადასხვა ქვეყანაში ადგილობრივი კულტურული უპირატესობის გათვალისწინების შესაბამისად. მაგალითად, ინდოეთში, კომპანიამ შემოიტანა რეკლამა, რომელიც ხაზს უსვამდა ოჯახურ ფასეულობებს და კომუნიკაციას, რაც რეზონანსული იყო ინდური საზოგადოების კულტურულ მახასიათებლებთან, სადაც ოჯახი და კომუნიკაცია მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. ასევე ჩინეთში, Coca-Cola-მ მოახდინა თავისი გემოს ფორმულების ადაპტირება ადგილობრივი მომხმარებლის გემოვნებაზე დაყრდნობით, მეტი ხილის არომატის დამატებით. ამ სტრატეგიამ საშუალება მისცა ბრენდს წარმატებით გაეფართოებინა თავისი ყოფნა აზიაში. შედეგი წარმატებული კომპანიაა IBM - წარმატებული კულტურული ადაპტაციის კიდევ ერთი მაგალითია. კომპანია აქტიურად ახორციელებდა ინკლუზიურობისა და მრავალფეროვნების კორპორატიულ კულტურას, რამაც მას საშუალება მისცა წარმატებით ემოქმედა სხვადასხვა ქვეყანაში. გლობალური სტრატეგიის განხორციელებისას, IBM ითვალისწინებს კულტურულ განსხვავებებს თავის HR პოლიტიკასა და გადამწყვეტილების მიღებისას. მაგალითად, იაპონიაში, კომპანიამ შეენიშნა ადგილობრივი მენეჯმენტის პრაქტიკას, რათა ხაზი გაესვა ამ კულტურაში არსებული კომპანიის იერარქიის პატივისცემისთვის და ჯგუფის მნიშვნელობისთვის, ამან კი ხელი შეუწყო იაპონელ თანამშრომლებსა და პარტნიორებს შორის ნდობის ჩამოყალიბებას.

წარუმატებელი მაგალითები: Walmart-ი ჩინეთში დიდი გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა, მიუხედავად მისი კულტურასთან კომპანიის შეგუების მცდელობისა. მთავარი შეცდომა იყო ადგილობრივი სავაჭრო ტრადიციების მნიშვნელობის უგულებელყოფა, მაგალითად ისეთი როგორიცაა ნათელი და მიმზიდველი მაღაზიების გამოყენება ადგილობრივ გემოვნებაზე გამიზნული საქონლით. Walmart ვერ გაითვალისწინა ჩინელი ხალხის მიჯაჭვულობა ტრადიციული სავაჭრო მეთოდებთან, მათ შორის მცირე მაღაზიების ქსელებთან. შედეგად, Walmart-მა ვერ შეძლო ჩინელ მომხმარებლებთან ნდობის დამყარება და, მცდელობის მიუხედავად, კომპანია იძულებული გახდა რამდენიმე მაღაზია დაეხურა. გერმანიაში Walmart ასევე შეექმნა სირთულეები, მიუხედავად მისი უზარმაზარი ძალისხმევისა დანერგული ყოფილიყო ამერიკული სუპერმარკეტის მოდელი. გერმანელი მომხმარებელი არ იყო მომზადებული ამერიკული სტილის მომსახურებისთვის, მათ შორის მაღაზიის შესასვლელთან ყველა მომხმარებ-

ლის მოკითხვის პრაქტიკისთვის. გერმანელები აფასებენ კონფიდენციალურობას და დამოუკიდებლობას, რამაც გამოიწვია კომპანიის სტრატეგიის უარყოფითი აღქმა. უფრო მეტიც, Walmart-ის მკაცრი საფასო პოლიტიკა არ იყო საკმარისად მიმზიდველი გერმანიის ბაზარზე, სადაც კონკურენტებს, როგორიცაა Aldi, უკვე ჰქონდათ რეპუტაცია დაბალი ფასებით.

ინტერკულტურული მართვის მეთოდები და ინსტრუმენტები

გლობალიზაციისა და კულტურული მრავალფეროვნების კონტექსტში, კომპანიები მიმართავენ კულტურათაშორისი მენეჯმენტის სხვადასხვა მეთოდებსა და ინსტრუმენტებს თავიანთი სტრატეგიების წარმატებით ადაპტირებისთვის და საერთაშორისო ბაზრებზე ეფექტურად მოქმედებისთვის. გამოვყოფდით შემდეგ ინტერკულტურული მართვის მეთოდები და ინსტრუმენტები: 1. ტრენინგი და კულტურული გაცვლა: კულტურათაშორისი კომუნიკაციის გაუმჯობესების მთავარი მეთოდი არის ტრენინგი, რომელიც ეხმარება თანამშრომლებს გააცნობიერონ კულტურული განსხვავებები და განავითარონ კომუნიკაციის უნარები. კულტურული გაცვლები იძლევა პრაქტიკულ ხედვას სხვა ქვეყნების სამუშაო სტანდარტებზე, აუზმობებს ურთიერთგაგებას. 2. კულტურათაშორისი ანალიტიკური ინსტრუმენტები: ისეთი ინსტრუმენტების გამოყენება, როგორიცაა კულტურული განსხვავებების რუკები და ჰოფსტედის მოდელი, ეხმარება კომპანიებს შეუთავსონ თავიანთი სტრატეგიები კონკრეტულ კულტურას და შეაფასონ კულტურული ფაქტორების გავლენა პროდუქტებისა და სერვისების აღქმაზე. 3. კორპორატიული სტრატეგიების მოქნილობა: კორპორატიული სტრატეგიების ადაპტაცია რეგიონის კულტურულ მახასიათებლებთან (მაგ. ბრენდის ან პროდუქტების შეცვლა) წარმატებული ინტერკულტურული მენეჯმენტის მნიშვნელოვანი ნაწილია.

დასკვნა

კვლევამ აჩვენა, რომ ინტერკულტურული მენეჯმენტი სტრატეგიული მენეჯმენტის მნიშვნელოვანი ელემენტია გლობალიზაციის კონტექსტში. კულტურული განსხვავებების გავლენა კორპორატიულ სტრატეგიებზე სულ უფრო ნათელი ხდება და წარმატებული კომპანიები ამ განსხვავებებს ითვალისწინებენ თავიანთ ბიზნეს გეგმებში. კულტურული განსხვავებები გავლენას ახდენს ორგანიზაციულ სტრუქტურებზე, კომუნიკაციასა და თანამშრომელთა ქცევაზე საერთაშორისო კომპანიებში. კულტურათაშორისი მენეჯმენტის თეორიები, როგორიცაა ჰოფსტედის მოდელი და მაღალი კონტექსტის და დაბალი კონტექსტის კულტურე-

ბის თეორია, ეხმარება სტრატეგიების ადაპტაციას სხვადასხვა კულტურულ კონტექსტში. სოციოლოგიური მიდგომა აძლიერებს ჩვენს გაგებას სოციალური ნორმების გავლენის შესახებ კომპანიების საქმიანობაზე საერთაშორისო ბაზრებზე.

რეკომენდაციები საერთაშორისო კომპანიებისთვის

1. ტრენინგების განხორციელება კულტურათაშორის კომუნიკაციაზე.
2. ანალიტიკური ინსტრუმენტების გამოყენება კულტურული განსხვავებების შესაფასებლად.
3. მოქნილი კორპორატიული სტრატეგიების შემუშავება, რომელიც ადაპტირდება კულტურული გარემოს ცვლილებებთან.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Gu, S. (2023). "Impact of Cross-cultural Differences on International Business Negotiations and Corresponding Strategies." *International Journal of Frontiers in Sociology*, 10, 117-123.
2. Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications. Chapter 2, "Dimensions of National Cultures," pages 23-44.
3. Hofstede's Cultural Dimensions Theory & Examples By Charlotte Nickerson October 24, 2023 [https://](https://www.simplypsychology.org/hofstede-cultural-dimensions-theory.html?utm_source=chatgpt.com)

www.simplypsychology.org/hofstede-cultural-dimensions-theory.html?utm_source=chatgpt.com

4. Cultural barriers and challenges: Marketing Strategies for Cross Cultural Communication. *FASTER CAPITAL* 2024. https://fastercapital.com/content/Cultural-barriers-and-challenges--Marketing-Strategies-for-Cross-Cultural-Communication.html?utm_source=chatgpt.com ბოლო ნახვა 06.02.2023

5. The 10 Best Cross Cultural Marketing Blunders. *Commisceo* 2023

https://fastercapital.com/content/Cultural-barriers-and-challenges--Marketing-Strategies-for-Cross-Cultural-Communication.html?utm_source=chatgpt.com

Book Citation: Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor Press/Doubleday. In-text citation (paraphrasing or direct quote): (Hall, 1976). გვ. 93

6. Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison* (A. Sheridan, Trans.). New York, NY: Pantheon Books.

7. Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City: Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications. Chapter 2, "Dimensions of National Cultures," pages 23-44. NY: Anchor Books.