

## Starpkultūru komunikācija biznesa vidē: Latvijas profils pēc Hofstedes indeksiem

*Diāna Kalniņa*

*SIA "SKDS", Tirgus un mārketinga pētījumu nodaļa, Latvija  
SIA "Accenture", Latvija*

**Ievads.** Latvija pēdējās desmitgadēs arvien vairāk iesaistās globālajā biznesa darbībā. Tādējādi arvien lielākam iedzīvotāju skaitam kļūst nepieciešamas zināšanas gan par kultūru atšķirībām, gan arī par starpkultūru komunikāciju. Zināšanas par Latvijas kultūras īpatnībām un izpratne par to ietekmi uz komunikāciju ar citu kultūru pārstāvjiem ir noderīga gan Latvijas iedzīvotājiem (biznesa vidē, piemēram, uzņēmējiem un darba ņēmējiem), gan arī citu valstu pārstāvjiem. Veiksmīga darbība starptautiskā biznesa vidē ir atkarīga ne tikai no ekonomikas un specifisko uzņēmējdarbības jautājumu pārzināšanas, bet lielā mērā arī no spējas veidot pozitīvu komunikāciju. Šī spēja balstās uz zināšanām par sadarbības partneru kultūras īpatnībām, arī uz izpratni par savas kultūras īpatnībām, lai varētu izvērtēt un apzināties savu rīcību, tās iespējamās atšķirības no citu kultūru pārstāvjiem.

**Darba mērķis, materiāls un metodes.** Mērķis: noteikt Latvijas kultūras indeksus un identificēt Latvijas biznesa videi raksturīgās komunikatīvās īpatnības.

Sekundāro datu iegūšanas metode: kvantitatīvs pētījums, kurā, izmantojot interneta aptaujas metodi, tika aptaujāti 1005 Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji no 18 līdz 74 gadu vecumam.

**Rezultāti.** Pētījumā tika iegūti šādi Latvijas kultūras indeksi: varas distance – 48, individuālisms – 21, vīrišķā / sievišķā dimensija – 0, izvairīšanās no nenoteiktības – 0, pragmatiskā / normatīvā uztvere – 19 un vēlmju apmierināšana – 35.

**Secinājumi.** Pētījumā iegūtie dati atspoguļo Latvijas sabiedrību kā normatīvu, ar vidēju varas distanci un izteikti zemu izvairīšanos no nenoteiktības. Galvenās sabiedrības vērtības ir pieticība, dzīves kvalitāte un rūpes par vājākajiem. Lielākajai sabiedrības daļai ir izteikta nepieciešamība identificēties ar kādu "mēs" grupu un raksturīga gremdēšanās negatīvās atmiņās, pesimisms un bezcerība attiecībā uz iespējām noteikt savu dzīvi.

Biznesa vidē šīs kultūras iezīmes izpaužas tādējādi, ka darbavietās bieži valda ģimeniskas attiecības; tiek atbalstīta pašiniciatīva, bet ne absolūta neatkarība; ir raksturīga nepatika pret formāliem noteikumiem; nevēlama ir tieša kritika un kolektīva neveiksmīgas darba situācijas apspriešana; mācībās nav ieteicamas metodes, kas paredz tiešu un atklātu pārējo grupas biedru attieksmes un vērtējuma sniegšanu; jāreķinās, ka darbiniekiem ir svarīgi saglabāt līdzsvaru starp darbu un ģimeni; veiksmīgi stimulēšanas aspekti ir elastīgs darba laiks un iespēja strādāt ārpus biroja (no mājām); klientu apkalpošanā jāievēro mērenība atsaucības un ieinteresētības demonstrēšanā. Uzņēmējdarbības uzsākšanai un veiksmīgai darbībai obligāts priekšnosacījums ir personiskās attiecības; labāki priekšnoteikumi ir inovāciju izstrādāšanai nekā inovāciju ieviešanai praksē; priekšrocības ir pakalpojumu nozarēs un neliela apjoma "nišas produktu" ražošanā.