

РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ТНК

Д.В. Торопченко

(Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики)

Научный руководитель – к.э.н., доцент Л.В. Минченко

(Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики)

Современная экономическая ситуация требует перманентного роста конкурентоспособности предприятий, ведущих деятельность в рамках международного бизнеса. Соответственно, организация рассматривает все ресурсы в качестве стратегических: в том числе и персонал. Функционирование транснациональных корпораций, в особенности реализация крупных проектов, в условиях разнообразия культур и языков – трудоёмкий процесс. Открытие новых филиалов, строительство заводов и иных объектов за рубежом требуют хорошего знания не только языка, но и национальных особенностей страны пребывания.

Предпринимательство, значительно выходя за национальные рамки, взаимодействует с увеличивающимся числом людей с различным культурным кругозором. Как следствие, кросс-культурный менеджмент, бесспорно, оказывает большое влияние на эффективность деловой деятельности. Мышление индивида формируется под воздействием искусства, морали, законов, обычаев и иных культурных проявлений, которые были приобретены обществом в процессе его исторического развития. Отсюда и образуются противоречия между отдельными группами людей при работе в новых социальных и культурных условиях.

Управление мотивацией и построение соответствующей системы в данных случаях становятся нетривиальными задачами, выходящими за рамки классических теорий. Такая система должна в одно и то же время обладать как возможностями локализации, так и определённой универсальностью, которая позволит поддерживать циркулирование необходимых человеческих ресурсов во всей корпорации и обеспечивать необходимую мобильность персонала. Однако на практике руководители компаний различного уровня чаще всего решают данный вопрос слишком узко и даже шаблонно, на основании существующих стереотипов поведения индивидов как представителей той или иной культуры или нации. Данный подход нельзя назвать рациональным или эффективным с точки зрения деятельности организации в целом и управления мотивацией персонала в частности:

во-первых, каждый работник обладает индивидуальными качествами личности, и не может быть оценён с позиции существующих стереотипов;

во-вторых, культура должна рассматриваться не в статичной, а в динамичной форме.

Цель данной работы – проанализировать влияние национальных особенностей на процесс создания системы мотивации персонала в транснациональных корпорациях.

С течением времени корректная оценка особенностей национальных культур и их учёт становятся всё более востребованными. В связи с этим необходимо понять структуру кросс-культурных проблем, изучить переменные, формирующие культурную среду международного бизнеса, что и даст возможность определения путей к совершенствованию международного менеджмента в целом. В качестве примера таких переменных можно обозначить язык, религию, социальную организацию общества, его ценности и взаимоотношения, образование и технологию, право и политику, географию, искусство и др. Так проведённые исследования в области стимулирования и мотивации в ведущих мировых транснациональных корпорациях установили, что связь системы мотивации с внешней средой отражает особенности принимающих стран с учётом преобладающего в экономике технологического уклада и используемых в национальной экономической модели систем управления организациями

(управление промышленным производством, традиционное управление, управление на этапе научно-технического прогресса и т.п.). В результате смены технологических укладов меняются и системы стимулирования и мотивации персонала на предприятиях, поскольку роль человека в организации возрастает.

Основываясь на данных выводах, необходимо отметить, что мотивация в транснациональных корпорациях должна представлять собой активизацию профессиональных и коммуникативных навыков персонала, определяемую совокупным эффектом межкультурного взаимодействия. Следовательно, процесс управления мотивацией стремится к позиционированию сотрудника, в первую очередь, согласно его интересам и только затем потребностям транснациональной экспансии; формирование благоприятного организационного окружения, информирование о стратегических намерениях как филиала, так и всей организации; предоставление карьерных перспектив. Тогда цель построения системы управления мотивацией персонала с учётом влияния национальных особенностей – обеспечение всей организации хорошо мотивированными работниками (представителями различных культур), обеспечение их эффективной деятельности, взаимодействия и профессионального развития в соответствии со стратегией организации.

Решение задачи эффективного мотивирования представителей коллектива, принадлежащего к иной культуре во многом зависит от кропотливого изучения международным менеджером особенностей её представителей, мониторинга трудовой и организационной ситуации, так как данный процесс в таком коллективе, безусловно, многофакторен.

Таким образом, управление мотивацией труда в транснациональных корпорациях без представления о приоритетных потребностях, национальных ценностях в современных условиях не представляется возможным. Процесс управления мотивацией должен основываться на информационной функции и изучении присущих сотруднику уникальных характеристик. В международном бизнесе факторы национальной среды создают существенные сложности, именно поэтому корректная оценка того, как различаются национальные культуры и учёт их особенностей становятся всё более и более важными.