

ОЦЕНКА РОЛИ ФАКТОРОВ, ДЕТЕРМИНИРУЮЩИХ СОГЛАСОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ И ИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ

Приход иностранных компаний в Россию означает внедрение новых моделей экономического поведения, обусловленных нехарактерным для России экономическим мышлением. Социально-экономические изменения, произошедшие в нашей стране за последние пятнадцать лет, привели к кардинальным изменениям в сфере управления персоналом и согласования интересов субъектов, и требуют дальнейших изменений в управлении социальными процессами для успешной кооперации в международном сообществе.

Очевидно, что даже успешно работающие иностранные компании на Российском рынке постоянно сталкиваются с проблемами несовпадения экономических интересов со своими представительствами. Во многом это объясняется социальной средой, формирующей корпоративную культуру и ценности конфликтующих сторон. Однако нужно понимать, что помимо влияния иностранной компании, на деятельность представительств оказывают огромное влияние и другие субъекты конкретного рынка, начиная с установок федеральных органов государственной власти, экономических интересов региональных и муниципальных структур, ожиданий населения (потребителей и персонала), деятельности различных субъектов хозяйственной активности (поставщиков, субподрядчиков, конкурентов) и т.д. Недостаточная разработка социотехнических регуляторов не позволяет иностранным компаниям быстро адаптироваться в экономическом пространстве России и приводит к конфликтам и непониманию между иностранными компаниями и своими российскими представительствами.

С целью согласования экономических интересов иностранных компаний и их российских представительств, а также с целью улучшения взаимопонимания между конфликтующими сторонами, нами была разработана методика проведения эмпирического социологического исследования противоречий между интересами иностранных компаний и их российских представительств.

В основу разработанной эмпирической методологии лег метод социологического опроса. Для оценки возможности управления конфликтами между иностранными компаниями и их российскими представительствами был выбран метод опроса - анкетирование. В подготовку были включены два этапа исследования, и были разработаны две анкеты. Анкета для первого этапа исследования была предназначена для заполнения руководителями среднего и высшего звена управления иностранных компаний, имеющих свое представительство в России. Данная анкета была разработана на английском языке. Анкета для второго этапа исследования была разработана для заполнения сотрудниками из российских представительств иностранных компаний. Эта анкета была оформлена на русском языке.

В анкете для иностранных компаний предлагалось ответить на двадцать вопросов, несколько из которых относились к данным респондента и самой компании, несколько вопросов были посвящены оценке респондентом российского рынка, также вопросы были посвящены оценке работы своего представительства на российском рынке, несколько вопросов касались оценки уровня профессионализма персонала российского представительства, также были заданы вопросы, посвященные притязаниям персонала российского представительства по теме оплаты труда, и последний вопрос был открытым и предлагал ответить на вопрос, что или кто является барьером во взаимопонимании между иностранным руководителем и российскими сотрудниками.

Опрос иностранных компаний был проведен в период с 29 мая по 1 июня 2007 года во время работы Международной Выставки «Машиностроение-2007» в Москве.

Распространение анкет и их последующий сбор проводился лично автором во время работы выставки.

В общей сложности было распространено сорок три анкеты, из них было возвращено заполненными двадцать три. Учитывая сжатость сроков, занятость респондентов (выставка является крупнейшей в России и проводится раз в два года), а также учитывая ситуацию обращения (обращение частного лица без рекомендаций от авторитетных организаций, да еще и являющегося сотрудником компании-конкурента для большинства опрошенных респондентов), это хороший возврат.

Анкета второго этапа исследования также содержала двадцать вопросов. Большая часть обсуждаемых предметов совпала с теми, что были включены в анкету для иностранных компаний, только вопросы были ориентированы на взгляд тех, кто работает в России. Последний вопрос также был открытым и был направлен на выяснение причин, препятствующих пониманию с иностранными партнерами.

Опрос российских представительств иностранных компаний был начат в октябре 2007 года и до конца года должен быть завершен. Анкетирование проводится в виде группового опроса среди коллег и знакомых автора, а также в виде почтового опроса с рассылкой анкет по электронной почте в адреса сотрудников представительств иностранных компаний, зарегистрированных на ряде интернет-ресурсов для общения, с последующим возвратом результатов.

Поскольку сбор первичных данных по второму этапу исследования еще не завершен (собрано семнадцать заполненных анкет), то делать глубокий анализ данных пока не представляется целесообразным. Однако если сравнивать уже полученные данные по второму этапу исследования с результатами опроса иностранных компаний, то несколько интересных противоречий уже очевидны. Так, на вопрос о совпадении правил ведения деятельности в России и в стране респондента 65% руководителей иностранных компаний ответили, что правила совпадают полностью или практически полностью. Что же касается ответов на данный вопрос со стороны сотрудников российских представительств, то больше половины респондентов утверждают, что правила ведения бизнеса в России совершенно иные, чем в стране их иностранных партнеров. Другим явным конфликтогеном в несовпадении интересов выступает рост заработной платы в России. На вопрос о том, опережают ли темпы роста заработной платы в Российском представительстве темпы роста дохода, полученного от его работы, большая часть опрошенных руководителей иностранных компаний ответили, что темпы роста зарплат в России сильно опережают или несколько опережают темп роста доходов. Ответы же сотрудников российских представительств отражают обратное: большинство респондентов сетуют на то, что темпы роста заработной платы сильно уступают темпам роста дохода от работы представительства.

Выявляются также некоторые противоречия в вопросах предоставления самостоятельности (финансовой, при принятии решений и пр.) иностранными компаниями своим российским представительствам. Однако для подтверждения этих предположений необходимо расширить выборку респондентов во втором этапе исследования.

Таким образом, после завершения сбора данных по второму этапу исследования нам необходимо будет проанализировать полученные результаты, сопоставить их с результатами анализа данных, полученных от руководителей иностранных компаний, и провести глубокий анализ полученных данных, выявить и уточнить факторы, детерминирующие противоречия между экономическими интересами иностранных компаний и их российскими представительствами и разработать рекомендации по устранению экономических конфликтов между иностранными компаниями и их представительствами, работающими на российском рынке.