

УДК 388.2

А.В.Арфае (асп., каф. МБ), Е.Р.Счисляева, к.э.н., доц.

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ НА МОТИВАЦИЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Основным моментов в вопросах раскрытия человеческого потенциала и повышения эффективности использования человеческих ресурсов является мотивирование персонала.

В самом общем виде мотивация человека к деятельности понимается как совокупность движущих сил, побуждающих человека к осуществлению определенных действий. Эти силы находятся вне и внутри человека и заставляют его осознанно или же неосознанно совершать некоторые поступки. При этом связь между отдельными силами и действиями человека опосредована очень сложной системой взаимодействий, в результате чего различные люди могут совершенно по-разному реагировать на одинаковые воздействия со стороны одинаковых сил. Более того, поведение человека, осуществляемые им действия, в свою очередь, также могут влиять на его реакцию на воздействия, в результате чего может меняться как степень влияния воздействия, так и направленность поведения, вызываемая этим воздействием.

Мотивация – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей. Влияние мотивации на поведение человека зависит от множества факторов, во многом индивидуально и может меняться под воздействием обратной связи со стороны деятельности человека. Немаловажную роль играет и культурный контекст, в котором применяется мотивация.

Побудительная система, разработанная для одного культурного контекста, может не соответствовать действительности в другой культуре. При этом почти все модели потребностей и мотивации были сформулированы в англо-язычных странах, и, в особенности, в Соединенных Штатах. Они традиционно считают само собой разумеющимся относительно высокую мужественность и протестантскую рабочую этику, высокий индивидуализм, узкую дистанционность власти, низкую потребность избегания неопределенности и высокую потребность непрерывных потоков сообщаемой реальной информации. Эти условия применимы не всюду. Различные культуры придают различное значение различным типам награды, и различаются по степени, с которой они полагают, что награда должна быть индивидуальна или коллективна.

Анализируя применение финансовых и нефинансовых стимулов в различных культурных контекстах на основе модели Г. Хофседа, можно сделать следующие выводы:

- Большинство индивидуалистических культур ценят возможность личного продвижения, роста и автономию.
- Большое количество коллективистских культур ценит возможность принадлежности влиятельной группе. В строго коллективистской культуре личное признание и возможность выделиться среди других членов группы не являются основными.
- Более женские культуры ценят короткие и удобные рабочие часы.
- Более мужские – высоко ценят возможность соревнования за продвижение по службе, но мужчины могут не быть активно мотивированы, соревнуясь с женщинами.

- Культуры с более высокой потребностью избежания неопределенности ценят безопасность работы.
- Культуры с более низкой потребностью избежания неопределенности ценят разнообразие, нерутинность работы.
- Культуры с большой дистанцией власти ценят возможность работать с менеджером, который демонстрирует лояльность к подчиненным и дает ясные инструкции.
- Культуры с небольшой дистанцией власти ценят возможность работать с менеджером, который поддерживает консультативные отношения с подчиненными.

Таким образом, побуждающий фактор может определить мотивированное выполнение работы в каком-то одном контексте, и не иметь никакого эффекта или оказывать отрицательное воздействие в некотором другом контексте.