

Таким образом, несмотря на проблемы, связанные с преодолением последствий мирового финансового кризиса, рынок программного обеспечения для розничного банковского бизнеса в Республике Беларусь остается динамично развивающейся и перспективной сферой деятельности, главной задачей которой является создание и дальнейшее совершенствование структуры информационно-технологической платформы розничного бизнеса банка, ориентированной на обслуживание клиентов в соответствии с реальным темпом жизненного цикла розничного продукта с минимальным операционным риском [1].

Литература

1. Разработчики программного обеспечения // Информационные технологии в Беларуси [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.it-belarus.net/catalog/list/6/html>. – Дата доступа: 09.04.2011.
2. Программные продукты и решения для банков и финансового сектора [Электронный ресурс] / ООО «СОФТКЛУБ». – Минск, 2009. – Режим доступа: <http://www.softclub.by>. – Дата доступа: 14.04.2011.

Национальные особенности менеджмента

*Лапченко Е. А., студ. I к. БГУ,
науч. рук. Семак Е. А.,
канд. эк. наук, доц.*

Как бы объективно и единообразно мы ни подходили к созданию организаций, они будут выглядеть по-разному в глазах людей, представляющих разные культуры. В данном случае все будет зависеть от того, какие предпочтения доминируют в той или иной культуре. На все налагается отпечаток национально-культурных традиций: люди зачастую не только по-разному смотрят на форму организации, но и по-разному трактуют ее предпочтительную структуру, правила и обычаи, которые в ней действуют. Конечно, если обращаться к трудам таких гуру в сфере менеджмента, как Майк Хаммер, Фредерик Тейлор, то можно заметить, что все они сходятся в одном: существует такой наилучший, причем единственный, способ управлять и организовывать. К сожалению, на практике видна несостоятельность данной идеи. Можно попробовать дать всем менеджерам одинаковый «набор инструментов», которым они будут пытаться изменить процесс управления и создать определенный

кем-то, изначально заданный шаблон того, как должно осуществляться управление в компании в любой стране, но в дальнейшем мы увидим, что это будет неэффективно: начнет происходить снижение творческого порыва у персонала и успеха межкультурного общения в коллективе. Почему?

Многочисленные исследования, проведенные в разных странах мира, показывают, что эффективность некоторых методов управления напрямую зависит от окружения, в котором они осуществляются. Даже в случае многоопытных организаций многие из известных приложений теории менеджмента, которые разработаны с самыми лучшими намерениями, на проверку оказались неэффективными. Примером может служить оплата по принципу «каждому — по производительности труда», которая на Африканском континенте обернулась неудачей, поскольку в ряде стран существуют так называемые негласные правила, за что и в какое время человек заслуживает награды и продвижение по службе. О национально-культурных различиях следует говорить не только в отношении отдаленных стран. Если взять Европу, то даже между голландцами и бельгийцами наблюдаются серьезные различия. Среднестатистический бельгийский менеджер склонен представлять свою организацию как большую семью. Он воспринимает свою компанию с позиции покровительства и иерархии, где «отец» решает, что нужно делать, и, конечно, он считает менеджера-голландца чрезмерным демократом, так как в голландских компаниях обычно все друг с другом советуются. Это может быть объяснено тем, что голландцу ближе протестантизм в мышлении, в силу чего они не признают ярко-выраженных отношений «начальник—подчиненный», а бельгиец скорее мыслит и поступает в соответствии с католической традицией и уважает свое начальство намного больше. Каждая культура отличается от других конкретными решениями, которые ее представители выбирают при решении определенных проблем. Зачастую при подготовке к деловой встрече с представителями иностранных компаний возникает вопрос о том, как следует себя вести по отношению к ним: быть объективным и отстраненным или же проявлять эмоции.

В Северо-Западной Европе деловые отношения традиционно являются средством достижения целей и не более того, то есть эмоциональные всплески недопустимы. А вот на юге Американского континента бизнес воспринимается как род занятий, который должен осуществляться лишь в процессе общения, и, как следствие, должен иметь эмоциональную окраску. Быть менеджером-международником нелегко, так как ему приходится работать в разных национально-культурных сферах. В каждой культуре есть такие явления, как власть, товарищество, бюрократия, доверие, ответственность, вот только воспринимаются они по-разному. Мы используем одни и те же слова, но вкладываем в них разный смысл, и что привычно для нас, не всегда является нормальным для людей других национальностей. Тут можно вспомнить

про существующую теорию интернационализации, которая должна создать единую всемирную культурную среду и в рамках которой предполагается создание компаний, которые будут служить примерами в разных отраслях.

Теория организации бизнеса, разработанная еще в 70-х годах 20 века, практически игнорирует влияние национальной культуры, но подчеркивает значение рынка и технологий. При изучении работы похожих компаний в контексте разных национальных культур, можно увидеть, что они похожи по многим критериям. Однако это лишь означает, что деловые операции в мировом масштабе практически единообразны, а на самом деле, главное здесь не то, какая иерархия у организации в одной и в другой стране, а что иерархия и ее уровни означают для людей разных культур. Если для голландца иерархия — это цепь полномочий, то для азиата это семья, и методы реализации людских ресурсов в компании одного, могут быть совершенно непонятны для другого. В некоторых обществах не считается важным, чего вы добились в прошлом, гораздо важнее ваши планы на будущее. Если рассмотреть Америку и Францию, то можно сказать, что «американская мечта» является «французским кошмаром». Если для американцев важным является то, чего добился человек на сегодняшний день и его планы на будущее, то у французов куда в большем почете прошлое. Все это оказывает влияние на манеру планирования, инвестиционные предпочтения и т. д.

Главное — понимать, что не существует одного наилучшего способа организации людей. Невозможно избежать ошибок во взаимоотношениях с представителями других культур, но надо уметь извлекать уроки и учиться на ошибках. Необходимо терпение и готовность войти в незнакомую вам культуру. Познание национально-культурных различий является неотъемлемой частью дальнейшего развития не только менеджмента, но и бизнеса в целом.

Лизинг: особенности проведения и перспективы развития в Республике Беларусь

*Литвиненко М. А., Мищенко К. К., студ. II к. БГЭУ,
науч. рук. Щитникова И. В.,
канд. эк. наук, доц.*

Обострение конкурентной борьбы как на внутреннем, так и на мировом рынке, с каждым днем набирающей обороты, вынуждает предприятия искать новые, нетрадиционные формы ведения хозяйственной деятельности. Успех конкурентоспособности экономики закладывается на уровне