

中国企业：让员工到发展中国家市场去战斗 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/253/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E4_BC_81_E4_c70_253477.htm 高标准的薪资福利、经验的快速增长、可能带来的职位提升……向海外市场进军的中国企业正在以上述诱人的条件，激励中国员工到发展中国家市场工作。诸如华为、中兴这样的先行者，已经摸索出一套适合中国企业的“最佳实践”，而后来者，则正在以无畏的精神继续摸索的道路。让员工到发展中国家市场去，如何展开选拔、如何激励、如何在当地实现有效的管理？这些题目正摆在后来者的面前。年轻员工之选 结婚两年的齐华思前想后，最终还是决定放弃去非洲的工作机会。“一走就是一年，家里所有事情都落在妻子身上，对她不公平。”齐华的几个年轻的、没有家眷的同事则对去留没有任何心理压力，他们迅速作出了到海外工作一年的决定，很快就办好了签证。6个月，一年，两年，三年……时间不等的发展中国家工作机会正摆在中国员工面前。随着他们所在公司的海外扩张，特别是向发展中国家市场的扩张，他们不得不在离开故土还是留下来两个答案中选择一个。而更多的单身员工选择了前者。这在某种程度上与早前《经济学家》的一篇文章的观点不谋而合，文章指出，跨国公司倾向于选派30岁左右的员工或者50岁以上的老员工到海外工作。原因在于前者没有子女负担，后者则基本完成了教育抚养子女的任务，其配偶甚至愿意同行。在中国，30岁左右的员工是被外派到发展中国家的主流。他们少有家庭负担、毕业时间不长、工作热情高、获取新知识和与当地文化相融合的能力强。赚钱？

赚经验？4年前，工作5年的苗克被公司派驻到拉美，在墨西哥、委内瑞拉、巴西之间辗转了1年半后，苗克才回到国内。“海外经历，可以开阔人的眼界，为个人的职业发展打下良好的基础。”苗克这样分析自己当时去的主要目的。事实上，类似华为这样的海外派驻员工的先行者的实际经验也表明，大部分员工更看重的是通过在海外的历练和经验积累，使个人业务能力得到提升。后来的事实证明，苗克在海外面临的的确是全方位的挑战，“面对的人群、语言、文化都发生了巨大的变化，这些挑战会让你思考更多的问题。”刚刚做了父亲的赵宏魁正在做去阿尔及利亚的准备。他和苗克有着颇为相似的想法，“我们这么年轻，要抓住这些对职业发展有帮助的机会。”至于赚钱，似乎不是苗克和赵宏魁们的主要或者是重要的目的。赵宏魁的太太为了他安心地出国工作，选择放弃工作全职照顾家庭，这几乎抵消了他在海外的补助。不过苗克承认，对于刚刚毕业的年轻员工来说，在发展中国家工作，待遇的确对人有不小的吸引力。既赚钱，又赚经验，可谓一举两得。新科空调品牌总监许意强的观点证实了苗克的想法，新科派往海外的员工，以技术岗位为例，年薪比国内多出6~7倍，从2万元人民币到2万美元的升级，给员工提供了一个在2年内赚到第一桶金的机会。待遇的提升成为激励员工积极参与海外工作的主要因素之一。凯图咨询(Cartus)中国区负责人邵丹建议，企业也应更多地关注上述苗克与赵宏魁这样的员工的需求，将海外工作经历与升职结合起来，有效地帮助员工规划职业生涯。另一个令人意想不到的附加价值是，海外工作经历消除了员工在国内长期工作带来的惰性。“给思想带来了一种冲击。”苗克说，特别是

对那些有一段工作经历、在国内的工作环境中有着很强的适应性的员工，派驻海外的经历让他们发生了很大的改变，“这让公司抑或组织能够流动起来。”公司的“预防针”但员工不能仅仅依靠自己才能完成所有的工作。一家民营企业近来正在拓展其在发展中国家的市场，外派员工王军自己完成了大部分的准备工作，公司没有安排任何培训活动，他只能在网上搜索一些资料打印出来备用。“我甚至没有拿到通知，包括公司到底要给大家提供怎样的薪酬福利，以及具体的外派时间。” 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com