

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРАКТИК КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КИТАЯ

CULTURAL ANALYSIS OF MODERN PRACTICES OF CORPORATE CULTURE IN CHINA

M. Gorsheneva

Summary: The relevance of the study of the corporate culture of China is due to the interest shown in the People's Republic of China by the global community, especially countries bordering on the PRC. The influence of China on the development of world socio-cultural processes is important not only for analyzing the culture within a given country, but also for building bilateral contacts with China at the level of transnational organizations. The work is devoted to the analysis of existing concepts, general theories, concepts of Chinese corporate culture and the analysis of modern practices of corporate culture in China in order to identify the evolution of ideas about «corporate culture». The study used comparative, systemic and hermeneutic methods, the action of which is aimed at identifying these aspects in concepts devoted to the problems of corporate culture. The result of the study is evidence that, being originally one of the aspects of general management theory, the ideas of Confucianism, Buddhism, Taoism and traditional Chinese culture are now actively promoted by the state and become basic values in the corporate culture of Chinese organizations.

Keywords: corporate culture, cultural analysis, traditional culture, basic values, China, Confucianism, Buddhism, Taoism, modern practices, forms of ownership.

Горшенева Маргарита Константиновна
Аспирант, ФГБОУ ВО «Майкопский государственный
технологический университет», г. Майкоп
Rita03.94@mail.ru

Аннотация: Актуальность исследования корпоративной культуры Китая обусловлена тем интересом, который проявляется к Китайской Народной республике глобальным сообществом, особенно странами, граничащими с КНР. Влияние Китая на развитие мировых социокультурных процессов важно не только для анализа культуры внутри данной страны, но и для выстраивания двухсторонних контактов с Китаем на уровне транснациональных организаций. Работа посвящена анализу существующих понятий, общих теорий, концепций китайской корпоративной культуры и анализу современных практик корпоративной культуры Китая с целью установления эволюции представлений о «корпоративной культуре». В исследовании использованы сравнительный, системный и герменевтический методы, действие которых направлено на выявление указанных аспектов в концепциях, посвященных проблематике корпоративной культуры. Результатом исследования является доказательство того, что, будучи первоначально одним из аспектов общей теории управления, идеи конфуцианства, буддизма, даосизма и традиционной китайской культуры в настоящее время активно продвигаются государством и становятся базовыми ценностями в корпоративной культуре организаций Китая.

Ключевые слова: корпоративная культура, культурологический анализ, традиционная культура, базовые ценности, Китай, конфуцианство, современные практики, формы собственности.

В настоящее время в менеджменте организаций усилилось влияние социокультурных аспектов в оценке эффективности деятельности компаний. Изменение парадигмы управления обусловило поворот от монетаристских ценностей, которые признаны ограниченными, к духовным, смысловым компонентам, реализуемым посредством корпоративной культуры.

Рассматривая корпоративную культуру, исследователи многих стран подчеркивают большую ее значимость для анализа конкурентоспособности организации, где корпоративная культура служит одним из главных инструментов механизма функционирования и развития любого предприятия. Ценности, составляющие ядро корпоративной культуры, имеют свои особенности. Они связаны не только с мировоззрением, философией организации, но имеют глубинную личностную мотивирующую основу для сотрудников.

Этническое национальное сознание распространя-

ется на такие элементы корпоративной культуры, как базовые ценности и личностную идентичность. Рассматривая этнический компонент, исследователи уточняют, что он является определяющим фактором менеджмента организаций, в том числе и для Китая.

Актуальность исследования корпоративной культуры Китая подтверждается тем интересом, который проявляется к Китайской Народной республике (далее - КНР) глобальным сообществом, особенно странами, граничащими с КНР, в частности Россией. Влияние Китая на развитие мировых социокультурных процессов важно не только для анализа культуры внутри данной страны, но и для выстраивания двухсторонних контактов с Китаем на уровне транснациональных организаций.

Корпоративная культура современных китайских предприятий является частью развитой национальной культуры с особенностями, присущими социалистическому Китаю. Поэтому, КНР вынуждена разрешать ряд

основополагающих вопросов и проблем в поле корпоративной культуры: сохранение собственной культуры в условиях глобализации, наполнение национальной культуры современным содержанием и уменьшение культурного разрыва между транснациональными и китайскими компаниями.

Практика построения корпоративной культуры Китая значительно отстает от собственно китайских фундаментальных исследований в этой области. Как правило, зарубежные теоретические разработки в сфере корпоративной культуры вводятся напрямую, без какой-либо адаптации к практике китайских предприятий, что приводит к непониманию ее идеологических, ценностных основ и отторжению задаваемых параметров инновационной культуры персоналом корпораций. В исследованиях, проводимых китайскими учеными, обсуждаются отношения между корпоративной и национальной культурой, проблемы инноваций на предприятиях, но практически отсутствуют работы, анализирующие эмпирические данные по качественным изменениям корпоративной культуры.

Китайская корпоративная культура является основой и сущностью развития китайских предприятий. Их базовые ценности были заложены еще в трудах Конфуция, Лао-цзы, Чжуан-цзы, Сунь-цзы.

Необходимым условием существования трудовых коллективов является гармония, обеспечение духовного равновесия. Реализация гармонии как высшей жизненной, мировоззренческой ценности, через управление и труд представляет собой воплощение жизненных установок китайцев. В соответствии с принципом гармонии в китайском менеджменте открытая конфронтация оценивается отрицательно.

Китайским менеджментом определено, что наиболее эффективный стиль управления приводит к созданию оптимального морального климата в коллективе, при котором возможности коллектива соответствуют поставленным задачам, а руководитель стимулирует и использует инициативу подчиненных. Китайские руководители считают, что базой построения корпоративной культуры является персонал и подчеркивают значимость сохранения лучших традиций.

Корпоративные ритуалы китайских предприятий, как элемент корпоративной культуры, основаны на таких философских императивах как нравственность, справедливость, честность, обязательность и надежность.

Целью работы является определение основных характеристик китайской корпоративной культуры на основе анализа ее концепций и современных практик

предприятий в контексте традиционной культуры Китая. В соответствии с данной целью решаются следующие задачи:

- проведение анализа основных понятий, общих теорий и концепций китайской корпоративной культуры;
- изучение современных китайских практик корпоративной культуры на основе классификации китайской корпоративной культуры в компаниях с различными формами собственности.

Различия в ценностях порождают противоречия в системе корпоративных культур разных стран, которые отражают менталитет народов. Проведенные исследования в области китайской корпоративной культуры говорят о том, что существует феномен китайской корпоративной культуры, но практически не изучена ее специфика, отличающая от корпоративной культуры других стран.

Для проведения анализа концепций корпоративной культуры использованы сравнительный, системный и герменевтический метод. Сравнительный анализ направлен на выявление сходства и различия содержания концепций корпоративной культуры в процессе их формирования. Системный анализ направлен на выявление значимых аспектов корпоративной культуры в рассмотренных концепциях. Герменевтический анализ применен к смысловому содержанию концепций корпоративной культуры, включающие идеи конфуцианства, буддизма и даосизма. Новизна представленного исследования обеспечивается разработкой идеи эволюции представлений о китайской корпоративной культуре от абстрактных неадаптированных западных концепций XXв. к разнообразным аспектам современных китайских практик XXIв., связанных с традиционной культурой Китая, которые формируют отличия от корпоративной культуры других стран.

В китайских исследованиях о культуре понятия культуры, корпоративной культуры и организационной культуры являются фундаментальными. В них выделены несколько групп. Хан Делин, Чэнь Хэцин, Цай Цзюньшен считают [1,с.2], что «культура» – это просветление для совершенствования и мудрости души. Лян Шумин, подытожив эти и другие точки зрения, отмечает в понятии «культура» различные национальные аспекты жизни, включая духовные составляющие, такие как религия, философия, наука и искусство [2].

Важное значение в китайских концепциях корпоративной культуры имеет духовная составляющая. Китайский автор Сюй Мэн уточняет, что данный уровень иначе называют духом корпоративной культуры[3,с.58]. Исследователи из Китая [4,5,6,] считают, что дух корпоративной

культуры является ее центром, а ценностным стандартом выступают традиционные китайские ценности – доброжелательность, справедливость, вежливость, и т.п. Таким образом, корпоративная культура КНР является уникальным культурным явлением, сформированным на основе ценностей, убеждений, способов деятельности, ритуалов и церемоний, проводимых в организации.

Что касается исследований, посвященных организационной культуре, то понятие организации в Китае многозначно. С одной стороны, в теории управления организация является официальным учреждением, с другой предполагается, что это деятельность менеджеров по разработке специальных программ. Се Сяньин и Ву Шэньи представляют корпоративную культуру частью организационной культуры корпорации и одновременно субкультурой национальной культуры [7, с.8], а Ван Чэнгун подчеркивает, что в рамках традиционной экономики к предприятию всегда относятся как к «коммерческой экономической организации» [8, с.115].

Одним из вопросов китайских концепций корпоративной культуры является вопрос обозначения уровней корпоративной культуры. Так, Се Сяньин и Ву Шэньи выделяют три уровня корпоративной культуры: духовная, институциональная культура и артефакты культуры (материализованная часть) [7, с.8].

Чжан Де выделяет уровень концепции, уровень поведения системы, слой символов. Ян Дун предлагает четыре уровня (слоя) корпоративной культуры: концептуальный, уровень системы, уровень поведения, и материальный слой. Чэнь Сяомин, Лу Чанхай, Чэнь Сяомин и другие авторы считают, что XXI век – это век, в котором менеджмент из науки об управлении превратился в науку управления культурой [9].

Ценностные различия могут породить противоречия в системе корпоративных культур, существующих в разных странах и отражающих менталитет народов. В работе Вэй Фэна и Н.Н. Покровской показано различие корпоративных культур в России и Китае. По мнению китайских руководителей основные функции корпоративной культуры состоят в укреплении сплоченности, повышении хозяйственных достижений, улучшении образа предприятия. Российские руководители отмечают, что к приоритетным функциям относятся рост производительности труда и вывод предприятия из кризисных ситуаций. На китайских предприятиях среди элементов корпоративной культуры наиболее значимы личная концепция руководителей, традиции предприятия и обстановка, правила и порядки. В российских компаниях первостепенную роль играют пример руководителя и нормы и правила. Определяя эффективные пути создания организационной культуры, большинство китайских

руководителей указали, что субъектом построения корпоративной культуры выступает персонал, а российские руководители сохранили эту роль за собой, в обеих странах отметили необходимость наследования лучших традиций [10].

После образования Нового Китая, в конце 70-х гг. XX в., правительство КНР в условиях политики реформ и открытости, стало активно продвигать принцип «человек – превыше всего», создавая условия, благоприятно влияющие на всестороннее развитие человека. Одновременно развитие в сфере образования повлекло за собой рост уровня образования трудоспособного населения. В китайских официальных документах последних лет (2020-2021 гг.) приняты тезисы по развитию культуры честности, совершенствованию системы современной культурной индустрии, наследованию и развитию традиционной китайской культуры, инновационного подхода в реализации программы развития культуры на благо китайского народа. В ходе инспекционной поездки по провинции Цинхай китайский лидер Си Цзиньпин сравнил тесную сплоченность китайской нации с зернышками граната и продолжил: «Мы все являемся членами общности китайской нации» [11].

В перспективных целях на 2035 год КНР планирует поднять на новую высоту личностные качества населения и уровень цивилизованности общества, формировать и распространить экологически дружественную модель работы и жизни. В целях 14-го пятилетнего плана обозначено, что Китай будет повышать уровень социального этикета и вежливости и основные ценности социализма глубоко войдут в сознание людей. Указанные установки определяют современные векторы развития корпоративной культуры китайских организаций [12].

Автором установлено, что в китайском гуманитарном знании не существует однозначной классификации китайской корпоративной культуры. Наиболее приемлемой для исследования является классификация, предлагаемая Ван Ифэем [13]. Рассматривая практики корпоративной культуры современного Китая, необходимо отметить, что в КНР сформирована система предприятий с разным правом собственности: государственные предприятия, предприятия коллективного пользования, совместные предприятия, частные предприятия, предприятия смешанной собственности. В связи с этим одной из задач данной работы становится уточнение классификации китайской корпоративной культуры в соответствии с различными формами собственности. Именно они определяют специфику данной корпоративной культуры.

В соответствии с указанным основанием выделим типы китайской корпоративной культуры: государствен-

ная корпоративная культура, корпоративная культура коллективной собственности, культура совместных предприятий, культура частных предприятий, корпоративная культура смешанного владения.

Государственная корпоративная культура (корпоративная культура государственных предприятий) формирует систему ценностей и модели поведения, установленные долгосрочными стратегиями государственных предприятий в управленческой деятельности. Уникальность культуры государственных предприятий состоит в том, то культура выстроена на их собственных характеристиках, но не выходит за рамки, диктуемые национальным государством. Если внутренняя и внешняя экономико-социальная среда государственных предприятий меняются, корпоративная культура предприятия должна корректироваться для адаптации к новым организационным целям. Технологические и информационные вызовы должны формировать инновационную корпоративную культуру в соответствии с новыми ценностями и перспективами. Еще одной особенностью корпоративной культуры государственных предприятий является возрождение принципов конфуцианской культуры, которые стали ее основой. Примером такого типа культуры можно назвать корпоративную культуру таких предприятий как Китайская национальная нефтяная корпорация, Анстил Групп, Управление гражданской авиации Китая, Unicom Group и другие.

К предприятиям коллективной собственности (коллективного пользования) относятся организации, в которых собственность принадлежит трудовому коллективу, а доходы распределяются в соответствии с выполненной работой. Основной характеристикой корпоративной культуры таких предприятий является непрерывная инновация. Примером такого рода организаций являются Haier, Пекинская Компания Спортивных Товаров «Ли Нин» Лтд., Цзянсу Босиденг Ко., Лтд. и другие. Сотрудники указанных предприятий должны сохранять и развивать широко признанные ценности для устойчивого развития.

Совместные предприятия являются важной частью предприятий современного Китая. Многие китайские бренды являются результатом деятельности совместных предприятий. Основная особенность китайских и зарубежных совместных предприятий состоит в том, что они имеют большие различия в философии бизнеса, в культуре поведенческих норм, в культуре совместной работы. Примером таких организаций является первая совместная компания «FAW Volkswagen».

Ближе всего к традиционным формам ведения бизнеса в Китае находятся китайские частные предприятия, где большое влияние на их деятельность оказывают тра-

диционная культура и духовные ценности. Появившись во время экономической реформы Китая, они являются непубличными предприятиями. Особенности корпоративной культуры частных предприятий состоят в том, что их основными ценностями являются ценности «семейной культуры» и, так называемая, «культура босса - начальника», который диктует свои правила. Одновременно, корпоративная культура частного предприятия является региональной культурой, отражающей географию расположения организации. Примером таких компаний являются Alibaba Group, Lenovo Group, Huawei.

В настоящее время для закрепления доминирующего положения государственной собственности в новых условиях и повышения влияния государственной экономики в Китае происходит активное развитие предприятий смешанной собственности, которая включает смешанное владение государственным, коллективным и непубличным капиталом. К предприятиям со смешанной собственностью, относятся Юньнань Байяо, Китайские восточные авиалинии, COFCO и другие.

Данные компании имеют следующие концепции и характеристики корпоративной культуры:

- основа предприятий – национальная культура;
- для устойчивого развития необходимо привлекать культуру иностранных компаний;
- важная часть корпоративной культуры – культура акционера;
- корпоративная культура, создавалась предприятиями смешанной собственности в разные исторические периоды, она является уникальной для каждой корпорации.

Примерами данных предприятий являются первая китайская страховая компания China Ping An Insurance (Group) Co., Ltd., которая была преобразована в финансовую страховую компанию и банк.

Трансформационные процессы, происходящие в современном мире сближают экономику, политику и культуру. В этих условиях огромной движущей силой, важным источником конкурентоспособности и развития предприятий становится корпоративная культура.

Анализ понятий, теорий и концепций китайской корпоративной культуры позволил рассмотреть ее в системе общих представлений о культуре в Китае. Корпоративная культура КНР относится к уникальному культурному явлению, сформированному на основе ценностей, убеждений, способов деятельности, ритуалов и церемоний, проводимых в организации.

Сегодня особую актуальность приобретает выявление особенностей китайской корпоративной культуры,

ее ценностных и духовных ориентиров. Разные экономические формы собственности Китая определяют специфику корпоративной культуры на китайских предприятиях. Анализ практик современной китайской корпоративной культуры предоставляет исследователям возможность определения особенностей ее развития на основе классификации корпоративных культур организаций различных форм собственности. В этих корпоративных культурах конфуцианство, буддизм, даосизм

и традиционная китайская культура, которые активно продвигаются государством, становятся базовыми корпоративными ценностями. Такие качества, как мудрость, уважение, честность, вежливость заложили основы специфического китайского предпринимательства. Указанные установки определяют современные векторы развития корпоративной культуры китайских организаций и служат неисчерпаемым ресурсом для развития корпораций.

ЛИТЕРАТУРА

1. 蔡俊生, 陈荷清, 韩德林. 文化论. 北京: 人民出版社, 2003 年. 第 2 页 = Цай Юньшэн, Чэнь Хэцин, Хан Делин. Теория культуры. Пекин: Народное издательство, 2003. 408с.
2. 梁漱溟. 梁漱溟学术精华录. 北京: 北京师范学院出版社, 1988 年. = Лян Шумин. Академический доклад Лян Цюйцзе. Пекин: Пекинская педагогическая школа, 1988.
3. 许萌. 企业文化落地与突破. 北京: 中国财富出版社 2014.06. 第 58 页. = Сюй Мэн. Внедрение корпоративной культуры и прорыв в экономике. Пекин: Издательство китайского процветания, июнь 2014. 240с.
4. 孙煜. 儒商精神与企业文化 // 商业时代. 2006 年 7 月. 第 86. = Сунь Вэй. Конфуцианство и корпоративная культура // Деловое время. 2006, июль. С. 86-87.)
5. 范源媛. 儒商精神在现代企业文化中的价值 // 山东纺织经济. 2009 年 2 月. 第 57 页. = Фан Юаньюань. Ценность духа конфуцианских торговцев в современной корпоративной культуре // Экономика Шаньдунской текстильной промышленности. 2009, февраль. С. 57-59.
6. 程鹏, 程承坪. 儒商文化与现代企业精神 // 决策探索 (下半月). 2015 年 1 期. 第 53 页. = Ченг Пэн, Чэн Чэнпинг. Бизнес-конфуциански и современный корпоративный дух // Принятие решений (вторая половина месяца). 2015. Выпуск 1. С. 53.
7. 吴声怡, 谢向英. 企业文化新教程. 上海: 上海大学出版社 2012.03. 第 8 页. = Ву Шэньи, Се Сянйин. Новое руководство по корпоративной культуре. Шанхай: Издательство Шанхайского университета, март 2012. 337с.
8. 石伟. 组织文化. 上海: 复旦上海财经大学出版社 2010.09. 第二版. 第 115 页. = Ши Вэй. Организационная культура. Шанхай: Издательство Шанхайского университета финансов и экономики Фудань, сентябрь 2010. 2-е издание. 352с.
9. 罗长海, 陈小明等. 企业文化建设个案评析. 北京: 清华大学出版社 2006 年版. 第 314-380 页. = Ло Чанхай, Чэнь Сяомин и др. Анализ формирования корпоративной культуры. Пекин: Издательство Университета Цинхуа, 2006. 434с.
10. Вэй Фэн, Н. Н. Покровская Организационная культура в России и Китае // Социологические исследования. 2007. № 4 (276). - С. 136-140.
11. Си Цзиньпин: китайская нация - это одна семья. URL: http://russian.china.org.cn/china/txt/2021-/10/content_77558809.htm (дата обращения 02.08.2021).
12. На ключевом пленуме ЦК КПК намечен курс развития Китая на будущее 15 лет. URL: <http://russian.china.org.cn> (дата обращения 02.08.2021).
13. Ван Ифэй. Специфика китайской корпоративной культуры: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / Ван Ифэй. Владивосток, 2020. 238 с.

© Горшенева Маргарита Константиновна (Rita03.94@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»