

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ «ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ» В АСПЕКТЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И КИТАЯ

С.В. Юн, магистрант

**Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы
(Россия, г. Москва)**

DOI:10.24412/2500-1000-2023-10-4-175-178

***Аннотация.** В статье рассматривается интерпретация «организационной культуры» в аспекте международного сотрудничества России и Китая. Обоснована актуальность темы исследования. Проведено сравнение функций китайского и российского руководителей. Отмечено, что в китайской культуре начальник представляет собой не главу фирмы, а личность с набором выдающихся характеристик, самый умный, сознательный и грамотный сотрудник в коллективе, обладающий всей информацией о фирме, продумывающий ходы вперед, что позволяет достигнуть компании высоких достижений и удержать ее на рынке.*

***Ключевые слова:** организационная культура, международное сотрудничество, Китай, модель поведения, предприятие.*

В современном мире наблюдаются процессы глобализации, рост бизнес-интеграций, экономическое развитие, оказывающее влияние на ВВП страны, масштабирование межкультурного аспекта организационной культуры.

Совместное развитие предприятий и компаний с многонациональным коллективом, что требует не только детального анализа организационной культуры, но и тщательного изучения национальных особенностей в подобных коллективах с целью эффективного функционирования бизнеса.

Для проведения теоретического исследования организационной культуры Китая и России, были использованы труды отечественных и зарубежных авторов: Т.А. Арташкиной [1], В.Н. Белкина [2], В.В. Комаровой [3], Л. Захаровой [4], Ю.П. Жигжитовой [5], Р.Р. Раренко [6], Д. Тун [7], И.В. Цыганковой [8], Ч. Чжэнчи [9], Ш. Сяовэй [10], Л.А. Шогеновой [11], А.О. Щуриной [12], благодаря которым удалось проанализировать корпоративную культуру российских и китайских организаций как факторы конкурентоспособности в глобальной экономике; формирование качества трудовой жизни работников российских и китайских организаций; философию лидерства в Ки-

тае и России; управление организационной культурой индустриальных предприятий и современных предприятий в Китае; проанализировать основные тенденции развития российского и китайского менеджмента.

В труде отечественного автора А.О. Щуриной рассматривается трактовка «организационной культуры» с разных сторон в силу того, что данное понятие не имеет единого определения [12]:

- имманентное предприятию сознание, которое подвержено поведению его сотрудников, формальным и неформальным моделям поведения людей;

- представляет собой некий набор убеждений и разработанных способов решения проблем предприятия, ценностей, моральных и материальных, устоявшихся в данной организации за счет времени ее существования;

- совокупность устоявшихся традиций компании, норм и правил, совершенствующиеся благодаря сотрудникам данной организации, их межкультурной коммуникации, совместных знаний и опыта.

Ссылаясь на труд Л.А. Шогеновой, российский исследователь обращает внимание на значение организационной культуры в международной компании [11]:

- организационную идентичность,

- фундаментальный источник стабильности;
- ключ к формированию чувства социальной защищенности;
- интерпретацию происходящих событий внутри компании;
- мотивирует и стимулирует штатных сотрудников к профессиональному росту через собственную ответственность.

Следует подчеркнуть, что внутри предприятия организационная культура выполняет ряд важных функций: внутренней интеграции, внешней адаптации и социальные, смыслообразующая. Что касается социальных функций организационной культуры между российскими и китайскими сотрудниками внутри компаний, Т.А. Арташкина выделяет одни из самых важных из них: коммуникационная, познавательная, социально-творческая, смыслообразующая, оценочно-нормативная, рекреативная [1]. Автор подчеркивает в своем труде важность соблюдения вышеперечисленных социальных функций, благодаря которым внутри компаний [1]:

- формируются новые ценности;
- проводится оценка поведения человека, проявляется или не проявляется его гуманность;
- происходит адаптация сотрудников к межкультурному сотрудничеству;
- наблюдается усвоение коллективной деятельности, формирование взаимопонимания;
- совершенствуется мировоззрение человека без вступления в конфликт и нравственный потенциал;
- взаимопонимание работников и их взаимодействие.

А.О. Щурина [12] рассматривая модель организационной культуры Китая, подчеркивает клановый тип организационной культуры, что можно соотнести с чертами функционирования семьи: достижение гармонии наряду с самоограничением, послушанием и повиновением власти. Автор упоминает о феномене «гуаньси» («guanxi»), который трактуется как «связи, отношения»; китайские сотрудники выстраивают рабочие отношения годами, продолжают дело своих династий, что отражается на рациональности ведения биз-

неса, аргументированной логики и стратегически выстроенной работе, долгосрочными связями с партнерами, которым отдается предпочтение, нежели товару или цене [12].

Тесные «гуаньси», как пишет Л.А. Шогенова [11] в своем научном труде, являются ключевой чертой азиатских обществ: они являются группоориентированными, имеют определенную систему ценностей, отношение к рабочему коллективу отражает символические отношения в семье и считается нормой их повседневной жизни.

Зарубежные авторы Ч. Чжэнчи [9], Ш. Сяовэй [10] пишут в своих трудах, что в Китае наблюдается рост многонациональных коллективов с разной религией, культурой, традициями и перед руководителем предприятия или фирмы стоит сложная задача – управление данным коллективом, что требует лояльности, внимательного отношения, гуманности. Авторы приводят пример организаций с гибкой культурой, к которым можно отнести Asus, Lenovo, Huawei, Sinopac, Haier, внутренние культуры которых представляют собой пример сочетания традиционных китайских ценностей и ультрасовременных технологий и методов управления, а также анализ зарубежного опыта для поддержки сохранения «лица» компании.

Ссылаясь на труды Р.Р. Раренко [6], Д. Тун [7], И.В. Цыганковой [8], где авторы предприняли попытку проанализировать философию труда соотечественников и китайцев, следует выделить внешние обстоятельства с внутренней культурой и особенностями мышления, оказавшие влияние на настоящую организационную культуру. Они проследили, что китайские работники во имя компании, ее ценностям и задачам подавляют свое собственное мнение, интересы; выступают за выполнение коллективных и общественных задач, нравственные ценности коллектива; дисциплину и подчинение.

Важно подчеркнуть у китайских руководителей повышенную исполнительность, эффективность выполнения поставленных задач, обеспечение общего синергического эффекта и мощност

ческих взаимосвязей, что способствует улучшению и совершенствованию организационной культуры и в большинстве случаев отсутствует у российских руководителей.

Сравнивая функции китайского и российского руководителей, анализ вышеуказанной научной литературы позволяет говорить о том, что в китайской культуре

начальник представляет собой не главу фирмы, а личность с набором выдающихся характеристик, самый умный, сознательный и грамотный сотрудник в коллективе, обладающий всей информацией о фирме, продумывающий ходы вперед, что позволяет достигнуть компании высоких достижений и удержать ее на рынке.

Библиографический список

1. Арташкина Т.А., Ван Ифей. Корпоративная культура по-китайски // Профессиональное образование в современном мире. – 2018. – Т. 8, №3. – С. 1972-1980.
2. Белкин В.Н. Корпоративная культура российских организаций: монография / В.Н. Белкин, Н.А. Белкина, О.А. Антонова; Российская академия наук, Уральское отделение. Институт экономики УрО РАН, Челябинский филиал. – Челябинск: Энциклопедия. 2018. – 201 с.
3. Комарова В.В. Философия лидерства и корпоративная культура китайских компаний как факторы конкурентоспособности в глобальной экономике. – Челябинск: ЮУрГУ, ИЛиМК, МОПР, 2019. – 66 с.
4. Захарова Л., Шилова Л., Захра Гадбеджи, и Лиучуан Чжу. Организационная культура индустриальных колледжей и предприятий России, Китая и Ирана в оценках студентов и преподавателей // Вопросы образования / Educational Studies Moscow. – 2020. – № 3. – С. 234-254.
5. Жигжитова, Ю.П. Основные тенденции развития российского и китайского менеджмента / Ю.П. Жигжитова, Л.В. Рыбакова // Россия и Китай: вектор развития: Материалы Международной научно-практической конференции, Благовещенск, 18-19 ноября 2019 года / под общей редакцией О.А. Цепелева. Том Часть 1. – Благовещенск: Амурский государственный университет, 2019. – С. 102-104.
6. Раренко А.А. К вопросу об определении понятия «корпоративные ценности» // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2022. – Т. 12, № 6. – С. 198-217.
7. Тун Д. Особенности развития культурологии в России и в Китае // Человек и культура. – 2020. – № 4. – С. 49-64.
8. Цыганкова И.В., Хуан Инь. Корпоративная культура как фактор формирования качества трудовой жизни работников российских и китайских организаций // Экономика труда. – 2022. – Том 9. № 4. – С. 841-856. – DOI: 10.18334/et.9.4.114542.
9. Чжан Чжэнчи. Государственное управление и корпоративная социальная ответственность в КНР // Молодой ученый. – 2019. – № 13 (251). – С. 154-156.
10. Ши Сяовэй. Управление организационной культурой современных компаний в Китае // Молодой ученый. – 2017. – № 14 (148). – С. 479-480.
11. Шогенова Л.А. Особенности социальной коммуникации и этикета в китайской культуре: традиционные основы и современность // Обсерватория культуры. – 2018. – Т. 15, № 4. – С. 460-467.
12. Щурина А.О. Организационные культуры России и Китая: сходства и различия.

INTERPRETATION OF «ORGANIZATIONAL CULTURE» IN THE ASPECT OF INTERNATIONAL COOPERATION BETWEEN RUSSIA AND CHINA

S.V. Yun, *Graduate Student*

**Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba
(Russia, Moscow)**

***Abstract.** The article examines the interpretation of «organizational culture» in the aspect of international cooperation between Russia and China. The relevance of the research topic is substantiated. A comparison is made of the functions of Chinese and Russian leaders. It is noted that in Chinese culture, a boss is not the head of a company, but a person with a set of outstanding characteristics, the most intelligent, conscientious and competent employee in the team, who has all the information about the company, thinks through moves forward, which allows the company to achieve high achievements and keep it at market.*

***Keywords:** organizational culture, international cooperation, China, behavior model, enterprise.*