

Особенности социального управления в китайских компаниях

Чжао Юньхуэй

Аспирант, ORCID: [0009-0008-9118-7355](https://orcid.org/0009-0008-9118-7355), 462010@qq.com

Социологический факультет, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

Аннотация

В статье подробно рассматривается вопрос об особенностях социального управления в китайских компаниях, являющийся актуальным в связи с развитием антропоцентричной парадигмы в науке об управлении. Цель статьи — выявить особенности социального управления в китайских компаниях. С использованием теоретических и эмпирических методов исследования были обнаружены специфические черты социального управления в компаниях Китая, описываемые в работах разных авторов. На их основе выдвинуты гипотезы, с учетом которых был разработан опросник для выявления особенностей социального управления в китайских компаниях. Эмпирическое исследование основано на применении опроса сотрудников китайских компаний (n=188) и использовании описательной статистики для анализа первичных данных. В результате выявлено, что целью социального управления китайских компаний является достижение социальной гармонии на предприятии, в основе лежат принцип иерархии (социального порядка и структуры) в управлении, следование прагматическим принципам и принципу превосходства технологий, поддержание развития отношений между членами коллектива (коллектив как одна большая семья), коллективизм (интересы коллектива превыше личных) и индивидуальный героизм, а также оптимальное разделение коллектива на рабочие группы, неприятие риска. Сделан вывод, что традиционная культура, а также философия древнего Китая оказали влияние на формирование особенностей социального управления в современных китайских компаниях. Дальнейшие исследования могут быть посвящены подробному рассмотрению социальных механизмов управления в китайских компаниях и социологическому осмыслению управления на основе модели с китайской спецификой.

Ключевые слова

Социальное управление, китайские компании, модель управления «с китайской спецификой», социальные механизмы управления, Китай.

Для цитирования

Чжао Юньхуэй Особенности социального управления в китайских компаниях // Государственное управление. Электронный вестник. 2023. № 101. С. 134–145. DOI: 10.24412/2070-1381-2023-101-134-145

Features of Social Management in Chinese Companies

Zhao Yunhui

Postgraduate student, ORCID: [0009-0008-9118-7355](https://orcid.org/0009-0008-9118-7355), 462010@qq.com

Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

Abstract

The article discusses in detail the features of social management in Chinese companies, which is relevant in connection with the development of the anthropocentric paradigm in management science. The aim of the article is to identify the features of social management in Chinese companies. Using theoretical and empirical research methods, specific features of social management in Chinese companies were found, indicated in the works of various authors. On their basis, hypotheses were put forward, taking into account which a questionnaire was developed to identify the features of social management in Chinese companies. The empirical study is based on the use of a survey of employees of Chinese companies (n=188) and the use of descriptive statistics to analyze primary data. As a result, it was revealed that the social management of Chinese companies is characterized by the fact that its goal is to achieve social harmony in the enterprise, based on the principle of hierarchy (social order and structure) in management, following pragmatic principles and the principle of superior technology, maintaining the development of relations between team members (the team is like one big family), collectivism (the interests of the team are higher than personal ones) and individual heroism, as well as the optimal division of the team into working groups, risk aversion. It is concluded that the traditional culture, as well as the philosophy of ancient China influenced the formation of social management features in modern Chinese companies. Further research can be devoted to a detailed examination of the social mechanisms of management in Chinese companies and the sociological understanding of management in the model with Chinese characteristics.

Keywords

Social management, Chinese companies, management model “with Chinese characteristics”, social management mechanisms, China.

For citation

Zhao Yunhui (2023) Features of Social Management in Chinese Companies. *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik*. No. 101. P. 134–145. DOI: 10.24412/2070-1381-2023-101-134-145

Введение

В связи с развитием антропоцентричной парадигмы в науке об управлении произошли определенные изменения, связанные с переходом к новым моделям управления на предприятии. Если раньше предприятие было заинтересовано только в получении прибыли, почти или полностью не учитывало интересы своих сотрудников и лишь требовало своевременного выполнения плана по производству или выполнению услуг, то в настоящее время социальные аспекты предприятия все больше привлекают внимание как со стороны практиков, так и теоретиков менеджмента.

В условиях роста интереса к управлению, основанному на учете социальных интересов, в рамках социологии появился новый раздел — социология управления, которая изучает процесс управления прежде всего как социальную деятельность и выдвинула концепцию социального управления, которая получает все большее развитие на современных предприятиях. Многие крупные компании, в том числе китайские Huawei, Great Wall, Tencent, Mengniu, Haier, трансформировали свои модели управления, дополнив социальными механизмами, создавая и распространяя ценности корпоративной культуры, применяя стиль лидерства, соответствующий культурным традициям коллектива сотрудников, способствуя обучению и развитию сотрудников и реализации их потенциала.

Социальные механизмы управления широко распространены в китайских компаниях. В них учитываются особенности культуры, философии и традиционных учений, общественно-исторического развития страны, что позволяет обеспечить более высокую эффективность социального управления в компаниях. В условиях роста обмена опытом между Россией и Китаем предполагается, что знакомство российского читателя с особенностями социального управления в Китае позволит внести свой вклад в продвижение обмена в сфере социального управления, а также будет полезным для руководителей совместных российско-китайских и китайско-русских предприятий. Кроме этого, понимание причин обнаруженных в ходе эмпирического исследования особенностей социального управления в китайских компаниях позволит внести вклад в понимание функционирования социальных механизмов управления в них, что в совокупности с перечисленными выше аспектами в целом определяет актуальность темы настоящей статьи.

Цель статьи — выявить особенности социального управления в китайских компаниях. В соответствии с целью в статье ставятся задачи определить понятие социального управления; провести теоретический анализ работ, описывающих особенности социального управления в Китае; выдвинуть гипотезы об особенностях китайского социального управления и провести их эмпирическую проверку; сформулировать выводы исследования и определить дальнейшие перспективы исследований.

Теоретическое осмысление категории «социальное управление» в работах российских и китайских авторов

В общем смысле управление — социальный процесс целесообразного воздействия на управляемую систему, в основе которого лежат механизмы управленческого влияния [Чжао Юньхуэй 2023, 220]. Социальное управление также представляет собой процесс воздействия на управляемую систему. Однако оно отличается от других видов управления.

В академической среде до сих пор не сформировалось единого взгляда на понятие «социальное управление».

В работах российских авторов достаточно часто социальное управление рассматривается как процесс управления обществом, его отдельными группами, а также управление на индивидуальном уровне. Среди подвидов социального управления выделяются процессы управления развитием

общества, различными социальными сферами, такими как образование, социальное обеспечение, а также социально-экономическими институтами, например занятостью, трудом и так далее. Подобный подход к пониманию сущности социального управления распространен в работах многих авторов, особенно рубежа XX–XXI вв. Например, в работе доктора социологических наук Г. Щекина указано, что социальное управление — это особый вид человеческой деятельности, который «порождается, с одной стороны, разделением труда (в основе которого лежит неравенство способностей), а с другой — социально-историческими условиями конкретного общества»¹. В статье Д.Ш. Мусостовой и коллег социальное управление определяется как система, направленная на обеспечение жизнедеятельности социальной, духовной и социокультурной сфер [Мусостова и др. 2023].

Китайские исследователи в основном выделяют социальное управление из трех уровней. С точки зрения государственного управления некоторые ученые определяют социальное управление как вмешательство, координацию, регулирование и контроль общественной жизни государством посредством собственных органов власти [熊茉莉 2018]. Согласно второму определению, государство управляет социальными организациями и регулирует их, формулируя специальные, систематизированные и стандартизированные социальные политики и правила, и культивирует разумную общественную структуру [陈燕平 2022]. Приведенные выше определения социального управления выделяют правительство как основной орган социального управления. Однако с точки зрения социальной практики данные дефиниции имеют очевидные ограничения. Во-первых, социальное управление включает в себя все аспекты социального управления, а поэтому нельзя ограничиваться лишь государственным уровнем. Во-вторых, при таком определении понятия государство как единственный субъект выделяет «жесткую» модель управления, игнорируя при этом различные субъекты социального управления. Согласно третьему подходу, социальное управление определяется как управление существующими хозяйственными, культурными и иными организациями, оно направлено на разрешение социальных противоречий, реагирование на социальные риски и содействие социальной стабильности [刘鹏, 卜凡 2019]. Стержнем социального управления являются интересы социального коллектива и социальная справедливость, которая выступает залогом для решения социальных проблем и конфликтов в трудовом коллективе [卫武, 陈正熙 2022].

Социальное управление на уровне предприятия есть деятельность субъектов, в качестве которых выступают управляющие лица, которая направлена на достижение согласованности действий, выполняемых объектами управления (подчиненными) с целью достижения более эффективных показателей деятельности [Демин, Коротаева 2020]. Главным отличием социального управления на предприятии от экономического является его ценностная ориентация [陈燕平 2022]. Целью и ценностной ориентацией социального управления является общественный интерес, акцент на максимизацию общественного интереса, достижение социальной справедливости. Для сравнения, целью экономического управления является получение максимальной выгоды с минимальными затратами, реализуется упор на максимизацию личных, а не социальных интересов.

На предприятии социальное управление выполняет ряд задач. Прежде всего, с помощью него происходит организация, планирование, материально-техническое снабжение, стимулирование, социально-экономические инновации, тем самым реализуются хозяйственно-управленческая, организационная функции. Помимо этого, социальное управление также выполняет кадровую,

¹ Щекин Г. Социальное управление как система // Подготовка специалистов по управлению [Электронный ресурс]. URL: http://vasilievaa.narod.ru/20_2_97.htm (дата обращения: 23.04.2023).

стимулирующую и технологическую функции, обеспечивая формирование трудовых коллективов, решение кадровых вопросов, создавая условия для поддержания активности сотрудников, а также за счет корпоративной культуры и прочих механизмов обеспечивая производство [Кирпиченко 2021].

Социальное управление имеет тесную связь с ценностями и установками общества, в котором оно реализуется [Саблуков 2020]. С.В. Тутова также отмечает, что «при подборе стимулов социального управления необходимо учитывать специфику национального характера, так как традиционные ценности, обладая в основе некоей универсальной базой, всегда имеют свои особенности, которые являются производной от национального характера» [Тутова 2022, 114]. Поэтому в каждой стране и даже в рамках каждой национальности социальное управление может быть различным, характеризуясь собственными особенностями.

Специфика социального управления в Китае

Для западной и восточной моделей управления свойственны различные характеристики, что находит воплощение в особой модели социального управления в этих культурах и в Китае в частности [Рунова 2020]. Рассмотрим более подробно специфику социального управления, выделяемую исследователями в отношении китайских компаний.

Социальное управление в китайских предприятиях основано на особенностях культуры и социальной среды. В работах разных авторов выделяются как одинаковые, так и различные черты, свойственные социальному управлению в Китае. Рассмотрим их более подробно.

Один из древних трактатов «Гуаньцзы» (723–645 гг. до н.э.) содержит размышления о социальном управлении. С точки зрения целей социального управления высшим состоянием, к которому должен стремиться каждый менеджер, является социальная гармония. Именно достигнув социальной гармонии, можно говорить об эффективности социального управления [张兴军 2022]. В управлении предприятиями, кроме выполнения своих обязанностей, необходимо еще и добиваться гармонии [欧阳楚田 2021].

Социальное управление в китайских предприятиях реализуется в соответствии с особенностями традиционной культуры. С древних времен в стране существует «этика управления», которая определяет социальный порядок и структуру, в древности она устанавливала чины и ранги, позволяла выделить высшего и низшего. Сюй Цзян пишет, что в производственно-хозяйственном процессе современных предприятий управление ими происходит в определенном порядке, что соответствует понятию «цзюньбэй» — разделение в обществе в соответствии с социальным статусом, материальным положением и возрастом² [许江 2021]. Полагается, что правильное и упорядоченное управление является важным звеном в совершенствовании системы развития предприятия [欧阳楚田 2021]. Под влиянием традиционных культурных представлений о старшинстве, уважении и порядке китайские предприятия имеют очевидную тенденцию следовать иерархическому порядку в управлении, что видно из расстановки мест на собраниях и порядка выступлений. Такая модель управления имеет как преимущества, так и недостатки. Концепция упорядоченной иерархии противоречит концепции равенства, она в определенной степени сдерживает творческий потенциал сотрудников и негативно сказывается на инициативе сотрудников. С другой стороны, она может гарантировать скоординированное и упорядоченное развитие предприятий [张家怡, 景迪 2020].

В китайской культуре принято в процессе управления следовать прагматическим принципам и принципу превосходства технологий. С одной стороны, по мнению китайского менеджмента, наука и техника являются основными производительными силами, а технические

² Кроме того, определенное влияние на модель управления оказывает подход 尊卑有序 (старшие есть старшие, младшие уважают старших).

резервы и разработки — важными факторами, повышающими конкурентоспособность предприятий и позволяющими им выживать в жесткой рыночной конкуренции. В то же время необходимость предотвращения проблем до их возникновения всегда была одной из ключевых национальных черт китайцев, в связи с чем технология выступает как важное средство предотвращения проблем до их возникновения в развитии предприятий, и поэтому менеджмент компаний уделяет особое внимание технологическому развитию. С точки зрения социального управления все это находит отражение в разработке корпоративной культуры, стимулировании сотрудников к постоянному обучению.

С древних времен в китайском обществе уделялось особое внимание отношениям между людьми. Считается, что межличностные отношения играют очень важную роль в процессе общественного развития и развития личности [井润田 et al. 2022]. Это отразилось в особенностях социального управления в китайских предприятиях. Отношения как важный составляющий элемент китайского общества также являются конкретным проявлением коллективной концепции китайской традиционной культуры [张璇, 舒纓淇 2022]. В любом коллективе на развитие межличностных отношений и развитие личности влияют географическое положение, родственные и семейные группы и другие родственные группы [许江 2021]. Чтобы способствовать развитию отношений между сотрудниками, в китайских компаниях используется механизм внедрения единой корпоративной культуры, что позволяет формировать основу для последующего развития отношений.

Социальное управление в Китае основывается на сочетании коллективизма и индивидуального героизма. В Китае национальные и коллективные интересы выше индивидуальных [井润田 et al. 2022]. На уровне социального управления предприятием это проявляется в том, что цели и интересы коллектива выше личных интересов работников. Несмотря на это, одновременно чрезвычайно заметна тенденция индивидуального героизма, что отличается от основных идей коллективизма [石磊 2021]. Так, в отношении сотрудников с выдающейся производительностью могут быть использованы различные меры мотивации, как материальной, так и нематериальной.

В древнем трактате «Сюнь-цзы» (313–215 гг. до н.э.) отмечено, что группировка является одной из природ человеческих существ, а «разделенность» является необходимой предпосылкой для формирования людьми социальных групп. Считается, что для достижения долгосрочного развития предприятия менеджерам необходимо эффективно общаться с работниками в процессе управления и распределять их на социальные группы, чтобы они могли выполнять свои обязанности и иметь четкие функции [许江 2021]. Предприятие — это организация и большой коллектив. Под большим коллективом находится множество мелких коллективов. В процессе работы неизбежно будут возникать конфликты с личными интересами, и членам коллектива необходимо сосредоточиться на интересах коллектива [卫武, 陈正熙 2022]. В этом находит проявление коллективизм в социальном управлении китайскими предприятиями.

С межличностными отношениями тесно связано понятие «лица», или «мянь-цзы». Культура «мянь-цзы» оказывает значительное влияние на социальное управление китайскими предприятиями [刘鹏, 卜凡 2019]. В управлении предприятием начальство всегда сохраняет величие по отношению к подчиненным. Чтобы заботиться о «лице» начальства, подчиненные не осмеливаются высказывать мнение начальству, опасаясь, что это навредит его «лицу», что негативно влияет на социальное взаимодействие внутри предприятия [张璇, 舒纓淇 2022].

Неприятие риска является важной чертой культуры управления в Китае. В соответствии с особенностями традиционной модели образования, китайцы, как правило, осторожны [刘鑫 2014]. В то же время идея поиска преимуществ и избегания недостатков в традиционной китайской культуре затрагивает каждое поколение в Китае. Из-за этого китайские сотрудники в большинстве случаев проявляют осторожность и стараются избегать рисков [卫武, 陈正熙 2022].

Таким образом, в результате анализа научной литературы, можно сделать вывод, что на современном этапе исследователями среди специфических черт социального управления в китайских компаниях выделяются следующие: цель социального управления — достижение социальной гармонии на предприятии, принцип иерархии (социального порядка и структуры) в управлении, следование прагматическим принципам и принципу превосходства технологий, поддержание развития отношений между членами коллектива (коллектив как одна большая семья), коллективизм (интересы коллектива превыше личных) и индивидуальный героизм, оптимальное разделение коллектива на рабочие группы, неприятие риска.

В соответствии с результатами анализа научных работ, были выдвинуты следующие гипотезы (Н) об особенностях социального управления в китайских компаниях:

- Н1: целью социального управления в китайских компаниях является достижение социальной гармонии.
- Н2: при социальном управлении первостепенное место занимает принцип иерархии в структуре предприятия.
- Н3: в социальном управлении китайского предприятия важная роль отводится прагматичному принципу.
- Н4: социальное управление предприятием основывается на принципе превосходства технологий.
- Н5: социальное управление предприятием основывается на поддержании развития межличностных отношений.
- Н6: социальное управление реализуется в соответствии с принципами коллективизма и индивидуального героизма.
- Н7: особенностью социального управления в китайских компаниях выступает оптимальное разделение коллектива на рабочие группы (как социальный механизм управления).
- Н8: особенностью социального управления в китайских компаниях выступает учет неприятия риска сотрудниками.

Методология исследования

Для изучения поставленных гипотез относительно особенностей социального управления в китайских компаниях был проведен опрос 188 чел. в возрасте от 28 до 42 лет (средний возраст — 34,4 года), мужчин и женщин, граждан Китая. Все они являются сотрудниками китайских предприятий, в том числе таких компаний, как Haier Group, Great Wall, FAO, Dongfeng, Suning, China Huaneng, Midea, Jinchuan Group, Xiaomi, и имеют опыт трудовой деятельности от 1 года до 12 лет (средний опыт работы 4,2 года). Все респонденты занимают должности менеджеров среднего звена или топ-менеджеров компаний.

Опрос был проведен на базе интернет-платформы WJX в [онлайн-формате](#). Для рассылки анкет использовалась социальная сеть WeChat, выбор которой был обусловлен ее высокой популярностью в Китае. Опрос проводился в период с 13 февраля 2023 г. по 24 апреля 2023 г. с помощью инструмента анкеты, содержащей 16 вопросов и структурно состоящей из двух частей. Первая часть объединила в себе вопросы социально-демографического характера, направленные на выявление общих характеристик респондентов, таких как пол, возраст, опыт работы, место работы, должность. Вторая часть была представлена специальными вопросами, связанными с гипотезами исследования («Что, по вашему мнению, есть социальное управление предприятием?», «В вашей компании реализуется социальное управление?», «По вашему мнению, какое главное

отличие социального управления от несоциального?»), а также серией вопросов с выявлением степени согласия/несогласия с выдвинутыми гипотезами исследования. В анкету вошли вопросы разных видов, с одним и множественным выбором вариантов ответа, а также с оценкой степени согласия по шкале Лайкерта. Последующая обработка результатов опроса осуществлялась в MS Excel.

Результаты исследования

В результате опроса было выявлено, что 78,9% опрошенных указали, что в их компании реализуется социальное управление, в то время как 21,1% респондентов либо указали отрицательный ответ, либо затруднились с ответом на данный вопрос. Мы полагаем, что затруднение с ответом на вопрос о реализации социального управления в компании респондентов указывает на то, что опрашиваемые не в полной мере понимают, что подразумевается под понятием «социальное управление». Затрудняясь с ответом, респонденты также, вполне вероятно, испытывают страх «потери лица» и нанесения вреда собственному и корпоративному имиджу. Это также указывает на необходимость проведения более активной просветительской работы по поводу модели управления в китайских компаниях, раскрытия персоналу характеристик и особенностей модели управления, реализуемой на предприятии. Все это в целом может помочь сделать управленческие процессы более понятными для всех сотрудников, повысив тем самым эффективность социального управления в компании.

Отдельно стоит отметить, что зачастую социальное управление для сотрудника китайской компании связывается с общенациональным курсом реализации социализма с китайской спецификой. Поэтому нередко в компаниях, где управленческие кадры в процессе выполнения своих обязанностей упоминают о продвижении социализма с китайской спецификой, сотрудники полагают, что их предприятия реализуют социальное управление. Следует признать, что такое убеждение не совсем корректно и вновь отражает наличие пробелов в понимании сущности процесса социального управления. В этом контексте проведение просветительской работы о сущности и признаках социального управления как внутри управленческого уровня, так и между уровнем управления и другими сотрудниками позволит сделать процесс управления более «прозрачным» и понятным для сотрудников, что, несомненно, внесет вклад в развитие деятельности предприятия и организацию текущих рабочих процессов, связанных с управлением и управленческим взаимодействием.

Было также обнаружено, что среди респондентов, положительно ответивших на вопрос о наличии социального управления на предприятии, более 67% имеют опыт работы более 5 лет, что позволяет предположить наличие влияния опыта управления менеджера на приверженность социальному управлению на предприятии. Это также косвенно позволяет продемонстрировать, что более опытные сотрудники придерживаются данной модели управления, считая ее более эффективной и рациональной, а также соответствующей китайской реальности. Мы полагаем, что социальное управление в китайских компаниях действительно может быть признано одной из наиболее эффективных моделей управления, что связано с наличием ряда социально значимых ценностей и убеждений. Среди них стоит выделить коллективное мышление, ценность семьи, иерархичный уклад в обществе, которые нередко преобладают над индивидуальным. В этих условиях именно социальный подход к управлению может позволить достичь наибольших успехов, максимально учесть интересы всех субъектов и объектов управления и способствовать установлению благоприятных трудовых условий на предприятии.

В ходе опроса респондентам был задан вопрос относительно отличий социального управления, и 82,3% опрошенных согласились, что направленность на удовлетворение интересов коллектива является ключевой чертой социального управления как такового и отличает его

от других видов управленческой деятельности. Это позволяет обнаружить, что некоторые из опрошенных имеют представление о сущности социального управления, а поэтому полученные в ходе опроса ответы следует считать достаточно точными для определения особенностей социального управления в китайских компаниях. В то же время, как указывалось выше, социальное управление в мышлении управленческого уровня предприятий может связываться с идеей о строительстве социализма с китайской спецификой, что в целом нередко остается в форме концептуальной идеи, не получает конкретного воплощения в практике управления предприятием. В связи с этим в ходе эмпирического исследования также были заданы вопросы, позволяющие выявить понимание социального управления менеджерами китайских компаний.

Далее респондентам была задана серия вопросов, направленных на подтверждение или опровержение гипотез об особенностях социального управления в китайских компаниях. Абсолютное согласие в опросе отмечалось оценкой в 5 баллов, в то время как абсолютное несогласие — в 1 балл, что позволило рассчитать средние оценки степени согласия респондентов с каждой из исследовательских гипотез (Рисунок 1).

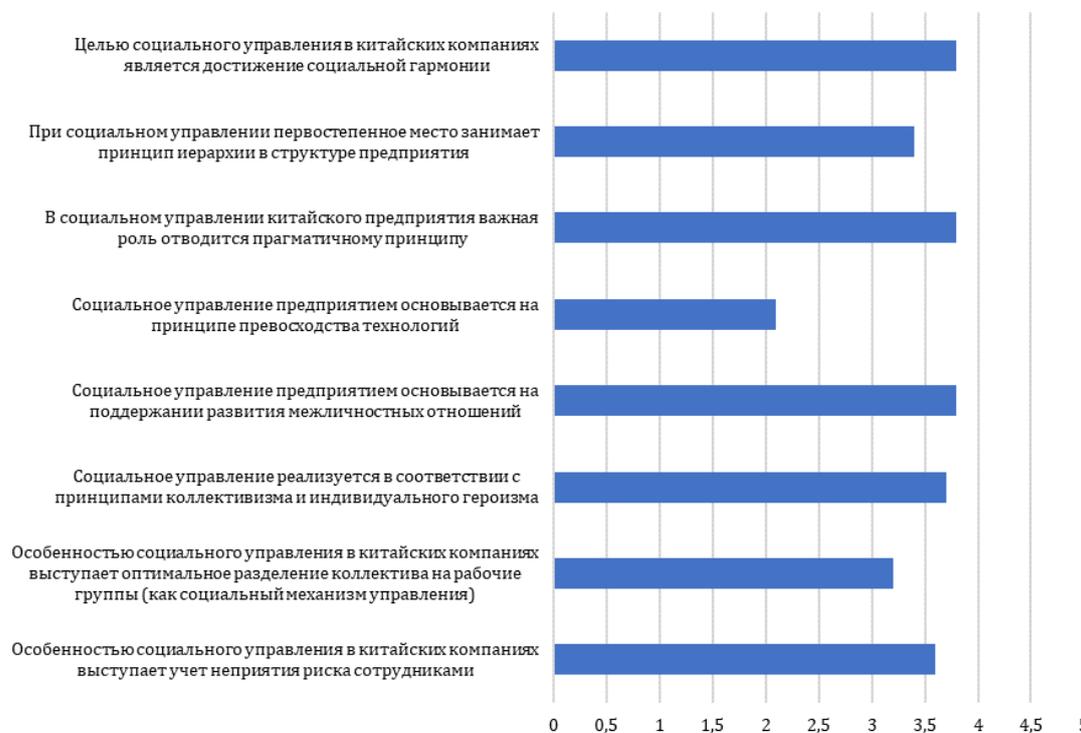


Рисунок 1. Результаты оценки степени согласия респондентов с гипотезами об особенностях социального управления в китайских компаниях³

Можно обнаружить, что респонденты не выразили высокой степени согласия с тем, что социальное управление в китайских компаниях основывается на принципе превосходства технологий, что позволяет опровергнуть гипотезу Н4. По другим критериям была получена степень согласия выше среднего уровня принятия в 3 балла, а поэтому гипотезы Н1–Н3 и Н5–Н8 могут быть приняты. Отметим также, что наибольшее согласие респонденты выразили в отношении таких особенностей социального управления, как поддержание развития межличностных отношений и прагматичный принцип, достижение социальной гармонии.

Анализируя приведенные выше результаты, можно обнаружить, что для менеджеров китайских компаний в социальном управлении особая роль отводится развитию межличностных отношений. Это полностью соответствует идеи о важной функции межличностных отношений

³ Составлено автором по результатам проведенного опроса.

в процессе общественного развития. Это отражает также высокую значимость социальных связей внутри предприятия, соответствующую традиционной ценности «гуаньси», и выступает одним из проявлений коллективного мышления в управлении. В китайских компаниях не только работники низших уровней в кооперативной иерархии стремятся установить положительные социальные связи с управленческими кадрами, но также управленческое звено активно способствует установлению благоприятных отношений с подчиненными, что в целом позволяет создать внутри предприятия крепкую социальную основу для экономической деятельности. Это, в свою очередь, ведет к достижению социальной гармонии, которая выступает одним из базовых принципов социального управления в китайских компаниях. Именно социальная гармония как цель всего управленческого процесса способствует реализации интересов всех субъектов и объектов социального управления. Особенностью для китайских предприятий также выступает то, что эти интересы хотя и могут быть выражены отдельными объектами управления, то есть быть индивидуальными, но в целом соответствуют коллективным интересам, что, на наш взгляд, обусловлено коллективизмом китайской культуры и его сильным влиянием на модель социального управления.

Рассматривая результаты эмпирического исследования социального управления в китайских предприятиях, также нельзя не отметить обнаруженные высокие оценки реализуемых в данной модели управления принципов иерархии и оптимального разделения коллектива. Первый принцип, на наш взгляд, имеет тесную связь с высокой значимостью иерархии в китайском обществе, что реализовалось в социальном управлении. Здесь также можно обнаружить влияние концепта «мянь-цзы» («лицо») на установление социальных отношений внутри предприятия и реализацию управления в нем. Следовательно, указываемая выше социальная гармония на принципах коллективизма в китайских предприятиях находится в балансе с сохранением иерархии и строгим почтением к высшим по социальному званию и более старшим по возрасту. Данные установки и ценности, которые берут начало в китайской традиционной культуре и общественном сознании, позволяют в совокупности сформировать особенности социального управления на китайских предприятиях.

Заключение

Таким образом, в каждой стране существуют свои особенности социального управления, что обусловлено спецификой общественно-исторического развития, влиянием культуры и иных факторов на социальные процессы в организациях. Социальное управление в Китае формировалось в условиях развития философских учений древности, и основные его черты нашли отражение уже в древних философских трактатах и учениях. Управление на предприятиях Китая направлено на достижение социальной гармонии, оно основывается на принципе поддержания прежде всего межличностных отношений, установлении строгого порядка в коллективе и поддержании этой иерархии, прагматичном мышлении, признаваемом всеми членами общества — как управляющими субъектами, так и управляемыми объектами. Все это в совокупности позволяет эффективно реализовать социальное управление в китайских компаниях. В социальном управлении китайских предприятий сохраняется баланс между общим и личным, индивидуальным и коллективным. Подобно китайскому кругу-символу «тайцзи» с делением на инь (темный) и янь (светлый), в каждом из которых располагается малый круг противоположного цвета, на китайских предприятиях при реализации социального управления достигается гармония за счет поддержания общих корпоративных ценностей субъектов и объектов управленческого взаимодействия, сохранения строгой иерархии и формирования благоприятных межличностных отношений между всеми иерархическими уровнями.

Анализ выявленных особенностей социального управления в китайских компаниях позволяет обнаружить, что на современном этапе в Китае формируется особая модель управления предприятиями с китайской спецификой, что, в свою очередь, требует более глубокого социологического осмысления и последующего изучения.

Список литературы:

Демин Д.А., Коротаева Т.В. Цели, задачи и принципы социального управления // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2020. № 7(47). С. 339–343.

Кирпиченко А.М. Механизм социального управления // Экономика. Социология. Право. 2021. № 4(24). С. 86–106.

Мусостова Д.Ш., Шабунько В.В., Седых Е.П. Социальное управление в обществе: основные понятия и содержание // Естественно-гуманитарные исследования. 2023. № 45(1). С. 414–417.

Рунова А.Г. Модель социального управления в Китае // E-Scio. 2020. № 4(43). С. 160–163.

Саблуков А.В. Традиции в социальном управлении // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2020. № 4(841). С. 280–295.

Тугова С.В. Стимулы социального управления в обществе постмодерна: социально-философский анализ // Социально-гуманитарные знания. 2022. № 6. С. 112–116. DOI: [10.34823/SGZ.2022.6.51923](https://doi.org/10.34823/SGZ.2022.6.51923)

Чжао Юньхуэй. Роль социальных норм и традиций в функционировании социального механизма управления предприятия (на примере китайских компаний) // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2023. Т. 29. № 1. С. 219–232. DOI: [10.24290/1029-3736-2023-29-1-219-232](https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-1-219-232)

井润田, 贾良定, 张玉利. 中国特色的企业管理理论 // 北京石油管理干部学院学报. 2022. 29(04):78–79 [Цзин Жунтянь, Цзя Ляндин, Чжан Юли. Теория управления предприятием с китайской спецификой // Журнал Пекинского института нефтяного менеджмента. 2022. № 29(4). С. 78–79].

刘鑫. 适合我国管理文化特点的企业管理模式构建 // 商场现代化. 2014. (33):101–102. [Лю Синь. Построение модели управления предприятием, соответствующей характеристикам культуры управления Китая // Модернизация торговых центров. 2014. № 33. С. 101–102].

刘鹏, 卜凡. 适合我国管理文化特点的企业管理模式构建 // 商场现代化. 2019. (06):90–92. [Лю Пэн, Бу Фань. Построение модели управления предприятием, подходящей для особенностей культуры управления Китая // Модернизация торговых центров. 2019. № 6. С. 90–92].

卫武, 陈正熙. 构建中国特色的企业管理理论体系 // 前线. 2022. (09):40–43 [Вэй Ву, Чэнь Чжэнси. Построение теоретической системы управления предприятием с китайской спецификой // Фронлайн. 2022. № 9. С. 40–43].

张兴军. 赋能中国企业与中国管理引领世界 // 中国经济评论. 2022. (06):36–37 [Чжан Синцзюнь. Расширение прав и возможностей китайских предприятий и китайского менеджмента для лидерства в мире // Обзор китайской экономики. 2022. № 6. С. 36–37].

张家怡, 景迪. 论适合我国管理文化特点的企业管理模式 // 中外企业家. 2020. (12):89–90 [Чжан Цзяи, Цзин Ди. О модели управления предприятием, подходящей для особенностей культуры управления Китая // Китайские и иностранные предприниматели. 2020. № 12. С. 89–90].

张璇, 舒纓淇. 儒家文化的当代价值与企业内部控制有效性 — 中国企业管理文化与制度的适配 // 南京审计大学学报. 2022. 19(02):39–49 [Чжан Сюань, Шу Инци. Современная ценность конфуцианской культуры и эффективность корпоративного внутреннего контроля — адаптация китайской культуры и систем корпоративного управления // Журнал Нанкинского университета аудита. 2022. № 19(2). С. 39–49].

欧阳楚田. 浅谈我国企业管理的现状与改进措施 // 上海商业. 2021. (08):86-87 [Оуян Чутянь. О текущей ситуации и мерах по улучшению управления предприятием в Китае // Бизнес Шанхая. 2021. № 8. С. 86–87].

熊茉莉. 加强和创新社会管理之我见 // 佳木斯职业学院学报. 2018. (03):277–279 [Сюн Моли. Об укреплении и обновлении социального управления // Журнал профессионального колледжа Цзямусы. 2018. № 3. С. 277–279].

石磊. 社会学视域下的人力资源管理 // 人才资源开发. 2021. (01):32–33 [Ши Лэй. Управление человеческими ресурсами с социологической точки зрения // Развитие человеческих ресурсов. 2021. № 1. С. 32–33].

许江. 我国企业管理的未来发展方向与管理模式分析 // 环渤海经济瞭望. 2021. (11):10–12 [Сюй Цзян. Анализ будущего направления развития и модели управления предприятием в Китае // Экономический обзор Бохай. 2021. № 11. С. 10–12].

陈燕平. 近20年我国企业管理文化的演变趋势分析 // 黑龙江人力资源和社会保障. 2022. (15):140–142 [Чэнь Яньпин. Анализ тенденций развития культуры управления предприятием в Китае за последние 20 лет // Человеческие ресурсы и социальное обеспечение провинции Хэйлунцзян. 2022. № 15. С. 140–142].

References:

Demin D.A., Corotayeva T.V. (2020) Goals, Objectives and Principles of Social Management. *Skif. Voprosy studentcheskoy nauki*. No. 7(47). P. 339–343.

Kirpichenko A.M. (2021) Mechanism of Social Management. *Ekonomika. Sotsiologiya. Pravo*. No. 4(24). P. 86–106.

Musostova D.Sh., Shabun'ko V.V., Sedykh E.P. (2023) Social Management in Society: Basic Concepts and Cohabitation. *Estestvenno-gumanitarnyye issledovaniya*. No. 45(1). P. 414–417.

Runova A.G. (2020) Model of Social Management in China. *E-Scio*. No. 4(43). P. 160–163.

Sablukov A.V. (2020) Traditions in Social Management. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Obshchestvennyye nauki*. No. 4(841). P. 280–295.

Tutova S.V. (2022) Incentives for Social Management in Postmodern Society: Socio-Philosophical Analysis. *Sotsial'no-gumanitarnyye znaniya*. No. 6. P. 112–116. DOI: [10.34823/SGZ.2022.6.51923](https://doi.org/10.34823/SGZ.2022.6.51923)

Zhao Yunhui (2023) The Role of Social Norms and Traditions in the Chinese Enterprise Social Management Mechanism Functioning. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya*. No. 1. P. 219–232. DOI: [10.24290/1029-3736-2023-29-1-219-232](https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-1-219-232)

井润田, 贾良定, 张玉利 (2022) 中国特色的企业管理理论. 北京石油管理干部学院学报. 29(04):78–79 [Jing Juntian, Jia Lianding, Zhang Yuli (2022) Theory of enterprise management with Chinese specifics. *Journal of the Beijing Institute of Petroleum Management*. No. 29(4). P. 78–79].

刘鑫 (2014) 适合我国管理文化特点的企业管理模式构建. 商场现代化. (33):101–102 [Liu Xin (2014) Building an enterprise management model corresponding to the characteristics of China's management culture. *Modernization of Shopping Centers*. No. 33. P. 101–102].

刘鹏, 卜凡 (2019) 适合我国管理文化特点的企业管理模式构建. 商场现代化. (06):90–92 [Liu Peng, Bu Fan (2019) Building an enterprise management model suitable for the characteristics of China's management culture. *Modernization of Shopping Centers*. No. 6. P. 90–92].

卫武, 陈正熙 (2022) 构建中国特色的企业管理理论体系. 前线. (09):40–43 [Wei Wu, Chen Zhengxi (2022) Construction of a theoretical enterprise management system with Chinese characteristics. *Frontline*. No. 9. P. 40–43].

张兴军 (2022) 赋能中国企业与中国管理引领世界. 中国经济评论. (06):36-37 [Zhang Xingjun (2022) Empowerment of Chinese enterprises and Chinese management for world leadership. *Review of Chinese Economy*. No. 6. P. 36-37].

张家怡, 景迪 (2020) 论适合我国管理文化特点的企业管理模式. 中外企业家. (12):89-90 [Zhang Chiayi, Jing Di (2020) On the model of enterprise management, suitable for the characteristics of the management culture of China. *Chinese and Foreign Entrepreneurs*. No. 12. P. 89-90].

张璇, 舒纓淇 (2022) 儒家文化的当代价值与企业内部控制有效性 — 中国企业管理文化与制度的适配. 南京审计大学学报. 19(02):39-49 [Zhang Xuan, Shu Yingqi (2022) Contemporary value of Confucian culture and effectiveness of corporate internal control - adaptation of Chinese culture and corporate governance system. *Journal of Nanjing University Audit*. No. 19(2). P. 39-49].

欧阳楚田 (2021) 浅谈我国企业管理的现状与改进措施. 上海商业. (08):86-87 [Ouyang Chutian (2021) On the current situation and measures to improve enterprise management in China. *Business of Shanghai*. No. 8. P. 86-87].

熊茉莉 (2018) 加强和创新社会管理之我见. 佳木斯职业学院学报. (03):277-279 [Xiong Moli (2018) On Strengthening and Renovating Social Management. *Jiamusi Vocational College Journal*. No. 3. P. 277-279].

石磊 (2021) 社会学视域下的人力资源管理. 人才资源开发. (01):32-33 [Shi Lei (2021) Management of human resources from a sociological point of view. *Development of Human Resources*. No. 1. P. 32-33].

许江 (2021) 我国企业管理的未来发展方向与管理模式分析. 环渤海经济瞭望. (11):10-12 [Xu Jiang (2021) Analysis of the future direction of development and enterprise management models in China. *Bohai Economic Review*. No. 11. P. 10-12].

陈燕平 (2022) 近20年我国企业管理文化的演变趋势分析. 黑龙江人力资源和社会保障. (15):140-142 [Chen Yanping (2022) Analysis of trends in the development of enterprise management culture in China over the past 20 years. *Human Resources and Social Welfare of Heilongjiang Province*. No. 15. P. 140-142].

Дата поступления/Received: 27.06.2023