

ТЕСНАЯ ВЗАИМОСВЯЗЬ КИТАЙСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ С ПОЛИТИКОЙ РЕФОРМ И ОТКРЫТОСТИ

THE CLOSE RELATIONSHIP OF THE CHINESE CORPORATE CULTURE WITH THE POLICY OF REFORM AND OPENNESS

Wang Yifei

Summary. The policy of reform and openness predetermined the emergence and development of corporate culture in China. With the import of a large amount of foreign capital into China, a corporate culture with Chinese characteristics began to take shape. The theory of corporate culture in China was based on the ideological principles of Chinese traditional culture. Chinese corporate culture is inextricably linked with the political course of the CPC and the economy of modern China. The author concludes that corporate culture in China is both a subsystem of culture as a form of social being and a particular type of social culture.

Keywords: China, corporate culture, reform and openness policy, social culture, corporate culture theory.

Ван Ифэй

Аспирант, Дальневосточный федеральный университет (Владивосток)
wangyifei@mail.ru

Аннотация. Политика реформ и открытости предопределила возникновение и развитие корпоративной культуры в Китае. С ввозом в Китай большого количества иностранного капитала начала постепенно складываться корпоративная культура с китайской спецификой. Формирующаяся в Китае теория корпоративной культуры строилась на идеологических принципах китайской традиционной культуры. Китайская корпоративная культура неразрывно связана с политическим курсом КПК и экономикой современного Китая. Автор делает вывод, что корпоративная культура в Китае является одновременно подсистемой культуры как формы социального бытия и частным типом социальной культуры.

Ключевые слова: Китай, корпоративная культура, политика реформ и открытости, социальная культура, теория корпоративной культуры.

Рен Чжэньфэй (Ren Zhengfei) — главный основатель и президент компании Huawei сказал, что «все в мире может быть истощено. Существует только один вид ресурсов, который может постоянно существовать. Это культура» [1, с. 2].

Политика реформ и открытости предопределила возникновение и развитие корпоративной культуры в Китае. До начала политики реформ и открытости в экономической жизни Китая не существовало такого феномена, как «корпоративная культура». Осуществление политики реформ и открытости создало условия для генезиса китайской корпоративной культуры.

В декабре 1978 г. был созван Третий пленум ЦК КПК XI созыва, на котором было принято решение о проведении политики всеобъемлющих реформ и открытости Китая. Модернизация и экономическое развитие должны были прийти на смену прежнему курсу КПК. Реформы начались с введения иностранных инвестиций в экономику страны и появления предприятий, финансируемых из-за рубежа. Иностранные компании представили свою концепцию корпоративной культуры [2, с. 12].

В 1984 г. на Третьем пленуме ЦК КПК XII созыва было сформулировано и принято решение о реформе экономической системы Китая. Впервые официальный доку-

мент партии представил концепцию «создания плановой социалистической товарной экономики». Суть концепции заключалась в том, что Центральное правительство Китая считает, что в соответствии с исторически необходимым принципом объединения основных принципов марксизма с реальностью Китая, в соответствии с принципом правильного отношения к иностранному опыту, граждане Китая должны и дальше освобождать свои умы, идти своим путем и строить динамичный и быстро развивающийся Китай с китайской спецификой [3].

Внедрение предприятий, финансируемых из-за рубежа, впервые создало предпосылки для формирования китайской корпоративной культуры. «Корпоративная культура» как профессиональный термин первоначально был заимствован у западного управленческого научного сообщества в начале 1980-х гг. [2, с. 1]. Появившись в Китае в середине 1980-х гг., этот термин быстро получил признание у руководства и деловых кругов Китая. Сама корпоративная культура в Китае также непосредственно появилась в ту же эпоху.

На таком социально-политическом фоне в Китае появилась теория корпоративной культуры. Самая ранняя презентация корпоративной культуры в китайском академическом сообществе была представлена комментариями Янга Бина «Теория Z» и работой «Искусство управления

в Японии», опубликованной в 1982 г., но корпоративная культура как таковая еще не появилась [2, с. 12]. Термин «корпоративная культура» последовательно просматривается в китайских газетах и журналах с 1984 г. Большинство из этих статей предлагают использовать корпоративную культуру в качестве нового метода управления предприятием для обеспечения чрезвычайно простых представлений своих работников. В 1986 г. китайское теоретическое сообщество перевело значительное количество классических произведений иностранных ученых по корпоративной культуре. Все эти работы представляют западные концепции корпоративной культуры [2, с. 12].

В сентябре 1987 г. Китайская ассоциация управления предприятием, Исследовательский центр развития Государственного совета, Институт экономики промышленности Китайской академии общественных наук, а также некоторые компании совместно инициировали первый национальный семинар по корпоративной культуре, проходивший в Пекине. В сентябре и ноябре 1988 г. в Чэнду и Ханчжоу соответственно состоялись два национальных семинара по корпоративной культуре [4, с. 5].

В конце 1988 г. группа старых товарищей — предпринимателей, экспертов и ученых, которые долгое время занимались экономическим и культурным строительством, — инициировала создание Китайской ассоциации по изучению корпоративной культуры. Бо Ибо стал почетным председателем этой ассоциации, а Хань Тяньши стал первым председателем. Исследовательское общество стало редактировать и издавать журнал «Корпоративная культура», подготовило и опубликовало «Словарь китайской корпоративной культуры», а также последовательно опубликовало десятки работ по корпоративной культуре. По неполным статистическим данным за три года — с 1988 по 1991 гг. — в китайских газетах и журналах было опубликовано более 250 статей, издано более 20 видов тематических книг по корпоративной культуре, как переведенных, так и написанных китайскими авторами. Связанные с этой ассоциацией предприятия, расположенные в провинциях и городах, организовали и провели свыше 15 культурных семинаров, более 40 семинаров и лекций по теме корпоративной культуры. Более того, правительственные ведомства Центрального правительства, а также правительственные органы некоторых провинций и городов последовательно предлагали темы для разработки теории корпоративной культуры и темы прикладных исследований. Некоторые исследования того времени привели к предварительным результатам, которые были приняты директивными органами [4, с. 10].

В начале 1990-х гг. термин «корпоративная культура» стал появляться в разговорах лидеров центральной власти и в документах центральной власти Китая.

В 1993 г. на заседании Третьего пленума ЦК КПК XIV созыва было принято «Решение по ряду вопросов, касающихся создания экономической системы социалистического рынка». На этом пленуме было указано, что социалистическая рыночная экономическая система должна быть интегрирована с общественной социалистической системой. В разделе о создании современной системы предприятий было четко указано, что укрепление корпоративной культуры и поощрение профессиональной этики неразрывно связаны с духом любви и уважения к фабрике, следованием закону, внедрением инноваций [5].

С ввозом большого количества иностранного капитала в Китае появилось большое количество компаний из списка «Fortune 500», а внедренная ими корпоративная культура была интегрирована с китайской корпоративной культурой, что еще более способствовало ее теоретическому осмыслению. Так постепенно складывалась корпоративная культура с китайской спецификой.

В 1997 г. на XV Всекитайском съезде КПК была переосмыслена концепция построения социалистической культуры с китайской спецификой. Развитие корпоративной культуры вновь получило мощный импульс, а у теоретических исследований корпоративной культуры наступил период процветающего развития [6]. В течение этого периода теория строительства китайской корпоративной культуры становилась все более и более актуальной, а ее результаты отражали китайские особенности.

Начиная с XVI Всекитайского съезда КПК, были выдвинуты ряд крупных стратегических идей, опирающихся на теоретическое наследие Дэн Сяопина. К этим стратегическим идеям относится концепция научного развития, ориентированная на людей, и создание гармоничного социалистического общества. Реализация этих идей создает мощные условия для дальнейшего развития и совершенствования теории корпоративной культуры.

Этот период развития корпоративной культуры изобилует изданиями книг и публикациями статей по корпоративной культуре. Система обучения корпоративной культуры становится все более зрелой и совершенной, а учебники по корпоративной культуре постоянно обновляются. В 2005 г. Пекинский университет Цзяотун открыл свою первую программу обучения основам корпоративной культуры, которая является первой в своем роде в университетском образовании. Многие колледжи и университеты последовательно организовывали курсы по корпоративной культуре. В то же время, в соответствии с потребностями предприятий, академические и общественные организации, такие как Китайская ассоциация корпоративных культурных исследований, Конфедерация китайских предприятий и Ассоциация поощрения корпоративной культуры Китая, в сотрудничестве с уни-

верситетскими учеными и бизнес-экспертами подвели итоги по освоению корпоративной культуры и создали Демонстрационную базу корпоративной культуры. Эта демонстрационная база опиралась на серию тематических исследований по различным направлениям корпоративной культуры. В теории корпоративной культуры были отражены глубокие исследования о том, как традиционная китайская культура способствует развитию современного управления предприятием в Китае. Разрабатываемая теория опиралась на доктрины конфуцианства, легалистов, даосскую доктрину, военную доктрину и т.д. Отметим, что современные предприятия с китайской спецификой были сформированы на основе этой концепции культуры [2, с. 13].

Разработанная китайскими исследователями теория и практика корпоративной культуры получила всеобщее признание в Китае. В то же время это обстоятельство быстро привлекло внимание центральных директивных органов. С формированием и развитием китайской корпоративной культуры стало понятно, то политика реформ и открытости должна быть доработана. С другой стороны, концепция корпоративной культуры нуждалась в поддержке центральных правительственных учреждений.

В 1988 г. Центральное правительство издало специальное постановление «Центральный Комитет Коммунистической партии Китая об укреплении и совершенствовании идеологической и политической работы предприятий», где было предложено более энергично формировать особый предпринимательский дух [7]. Это постановление, имеющее большой корпоративный социальный контекст, способствовало тому, что процесс формирования корпоративного духа как неотъемлемой части корпоративной культуры был воспринят всеми китайскими компаниями.

Политика реформ и открытости делала особый акцент на построение корпоративного имиджа. В Китае появилось несколько компаний, которые формируют передовую модель корпоративной культуры. К таким компаниям относятся: Haier, Lenovo, Shougang, Little Swan, Xian Yangsen, Changan Automobile, Huawei, Baiyunshan Pharmaceutical, Тонг Рен Тан, Цюаньдзуд и т.д. Корпоративная культура этих предприятий и их опыт в ее построении стали широко известны в китайском обществе и стали образцом для других компаний. В то же время эти же компании дали большой эмпирический материал для проведения новых исследований. Описание практики компании Haier по налаживанию корпоративного производства даже было включено в библиотеку научных исследований Гарварда [8, с. 314].

Однако понимание корпоративной культуры еще не были полностью ясным, всеобъемлющим и научным, появились некоторые ее непродуктивные варианты

и формы. Иногда корпоративная культура воспринималась как доктрина. В этой связи Центральное правительство выпустило специальный документ, в котором говорилось, что XXI век — это эпоха культурного управления и эпоха культурной победы. Корпоративная культура должна стать руководством для сознательного управления предприятием, для повышения его управленческого уровня и повышения его конкурентоспособности [2, с. 13].

В 2005 г. Государственная комиссия по надзору и управлению активами Государственного совета издала «Руководящие указания по укреплению структуры корпоративной культуры на центральных предприятиях», требуя от государственных предприятий активизировать свои усилия по формированию корпоративной культуры. В том же году в третьем списке новых профессий, изданном Министерством труда и социального обеспечения КНР, работники, работающие профессионально в области корпоративной культуры, были официально признаны работниками, имеющими профессиональную квалификацию в этой области. Все это не только способствовало углублению практики корпоративной культуры, но и способствовало большей ориентации теории корпоративной культуры на практическое ее применение [9].

С 15-го по 18-е октября 2011 г. в Пекине состоялся Шестой пленум ЦК КПК XVII созыва. На этом пленуме также присутствовали некоторые массовые работники культуры, эксперты и ученые, занимающиеся исследованиями культуры. На пленарном заседании был заслушан и обсужден рабочий доклад Ху Цзиньтао, сделанный по поручению Центрального комитета, а также было рассмотрено и принято «Решение ЦК КПК по углублению реформы системы культуры и содействию развитию и процветанию социалистической культуры» [10].

11 мая 2017 г. Главное управление ЦК КПК и Генеральная канцелярия Государственного совета издали «Руководство в области культуры по укреплению развития промышленных организаций» в целях содействия реализации соответствующих требований Центрального правительства по вопросам углубления реформы системы культуры и внедрения системы социального управления. В соответствии с принятым решением, отраслевые организации в области культуры должны развиваться «здоровым» и упорядоченным образом и могут принимать особые решения. В частности, после начала политики реформ и открытости, особенно в последние годы, при всесторонней реализации реформы системы культуры и непрерывном углублении формирования корпоративной культуры корпоративная культура должны обеспечить консультации по принятию решений, развитие индустрии услуг и стандартизацию. В этом же постановлении говорится, что политика реформ и открытости и развитие корпоративной культуры вступили в новую фазу. Теперь необходимо по-

нять характеристики и законы культурного строительства, а также принципы руководства корпоративной культурой, чтобы лучше выполнять свои собственные функции и использовать ее уникальные преимущества [11].

С этого момента китайская корпоративная культура формируется более стандартизированным, более полным и более всеобъемлющим образом.

Специально отметим, что китайская корпоративная культура является подсистемой культуры как формы социального бытия. Китайская корпоративная культура — это целостная концепция стоимости, этика, философия бизнеса и корпоративная система с характеристиками компании, сформированными в результате длительной деятельности корпоративных лидеров и всех сотрудников компании, это социальные практики и инновации, появившиеся под воздействием политики реформ и открытости китайского общества, кодекс поведения сотрудников компании, стиль управления и интеграция исторических традиций.

Продукты и услуги, производимые самой компанией, не только отражают характер производства, специфику управления, способ организации и управления компанией, но также отражают стратегические цели компании, групповую осведомленность, ценности и поведенческие нормы в ее производственной и деловой деятельности. На этих же принципах строится и понимание общества. Окно цивилизации также является точкой роста современной социальной культуры.

Понимание китайской корпоративной культуры требует внимания к следующим ее аспектам:

Во-первых, корпоративная культура адекватна своему времени. Культура общества всегда развивается в определенный период исторического времени, а потому адекватна определенному периоду исторического времени. Китайская корпоративная культура появилось именно на определенной стадии развития китайской национальной культуры, а не в культуре прошлого, и не означает новую культуру в будущем развитии компании, хотя, возможно, определенные предпосылки этому и сформировались в настоящем. Китайская корпоративная культура в целом прошла три периода своего развития:

- ◆ появление в Китае большого количества западных компаний детерминировали появление в китайском обществе интереса к корпоративной культуре, стремление оценить главное в этом феномене, обусловили необходимость проведения специальных исследований в области корпоративной культуры;
- ◆ сравнительное изучение специфики западной корпоративной культуры детерминировало в Китае

большое количество собственных исследований корпоративной культуры;

- ◆ основываясь на теоретических исследованиях и зарождающейся собственной практике корпоративной культуры, в Китае появилось большое количество центров обучения корпоративной культуре.

Последовательное прохождение этих трех этапов формирования китайской корпоративной культуры привело к мощному и энергичному развитию практики корпоративной культуры в Китае [2, с. 2].

Во-вторых, корпоративная культура имеет свой собственный консенсус. Только множество тех ее элементов, которые достигают консенсуса (согласованы), можно назвать корпоративной культурой. Если что-то «не прививается», отвергается практикой, то такие элементы нельзя назвать корпоративной культурой, хотя в будущем, возможно, эти элементы и будут востребованы. Иными словами, можно только сказать, что это консенсус в будущем. Конечно, корпоративная культура формируется под воздействием относительного консенсуса (работников), который является консенсусом большинства [2, с. 2].

В-третьих, корпоративная культура имеет собственные масштабы. Культура всегда соотносима с определенным диапазоном, и корпоративная культура, о которой мы говорим, обычно является частью общего признания сотрудников. Согласно масштабам признания, культуру в компании можно разделить на культуру лидерства, культуру среднего менеджмента, массовую управленческую культуру или ведомственную культуру, культуру отраслевой компании и культуру дочерней компании [2, с. 2].

В-четвертых, корпоративная культура интернациональна. После того, как ее концепция и корпоративное поведение, пропагандируемые предприятием, будут общепризнанными и принятыми на предприятии, этой концепции и корпоративному поведению, несомненно, будут сознательно следовать большинство сотрудников [2, с. 3].

Таким образом, можно констатировать:

Китайская корпоративная культура неразрывно связана с политическим курсом КПК и экономикой современного Китая.

Китайская корпоративная культура создавалась и внедрялась как метод воспитания китайских народных масс, как метод воспитания у народных масс новых культурных ценностей, не противоречащих общему курсу КПК на построение социализма «с китайским лицом», как метод «мягкой силы», которой является культура.

В период освоения рыночных механизмов управления экономикой корпоративной культуре в Китае целенаправленно обучают, осваивают ее ценности и идеологию, как политическую идеологию и ценности китайской национальной культуры.

Корпоративная культура в Китае является, с одной стороны, подсистемой культуры как формы социального бытия, с другой стороны, частным типом (частным случаем) социальной культуры, а потому ей можно обучать, используя корпоративную культуру как метод «мягкой силы».

ЛИТЕРАТУРА

1. 陈广. 华为的企业文化: 实战版. 深圳: 海天出版社. 03.2017. 250. (Чэнь Гуан. Корпоративная культура Huawei: актуальная версия. Шэньчжэнь: Гаитяньская пресса, 2017, март. 250 с.)
2. 张国梁. 企业文化管理 (第二版). 华大学出版社 2014.05. 220. (Чжан Голян. Управление корпоративной культурой. 2-е изд. Издательство Университета Цинхуа, 2014, май. 220 с.)
3. 党十二届委员会第三次全体会议. 中共中央关于经济体制改革的决定 [Электронный ресурс] // 国共产党新闻网. 1984.10.20. URL: <http://cpc.people.com.cn/GB/64162/64165/70486/70506/4812023.html> (дата обращения: 26.06.2018). (Третий пленум Центрального комитета Коммунистической партии Китая XII созыва. Решение ЦК КПК о реформе экономической системы // Веб-сайт Коммунистической партии Китая. 1984.10.20.)
4. 艾亮. 企业文化建设研究. 年博士论文. 天津大学2012. 173. (Ай Лян. Исследования по развитию корпоративной культуры: кандидатская диссертация. Университет Тяньцзиня, 2012. 173 с.)
5. 中国共产党第十四届中央委员会第三次全体会议. 中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定 [Электронный ресурс] // 百度百科. 1993.11.11. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%85%B1%E4%BA%A7%E5%85%9A%E7%AC%AC%E5%8D%81%E5%9B%9B%E5%B1%8A%E4%B8%AD%E5%A4%AE%E5%A7%94%E5%91%98%E4%BC%9A%E7%AC%AC%E4%B8%89%E6%AC%A1%E5%85%A8%E4%BD%93%E4%BC%9A%E8%AE%AE/7236632?fr=aladdin> (дата обращения: 30.06.2018). (Третий пленум Центрального комитета Коммунистической партии Китая XIV созыва. Решение ЦК КПК по ряду вопросов, касающихся создания экономической системы социалистического рынка // Энциклопедия Байду. 11.11.1993.)
6. 江泽民: 高举邓小平理论伟大旗帜, 把建设有中国特色社会主义事业全面推向二十一世纪 — 在中国共产党第十五次全国代表大会上的报告 (1997年9月12日) [Электронный ресурс] // 人民网. URL: <http://www.people.com.cn/GB/34948/34968/2682712.html> (дата обращения: 30.06.2018). (Цзян Цзэминь. Поддержать Великое Знамя теории Дэн Сяопина и продолжить строительство социализма с китайской спецификой в XXI веке: доклад на XV Всекитайском съезде Коммунистической партии Китая (12 сентября 1997 г.) // Китайская народная сеть.)
7. 中国共产党第十三届中央委员会第三次全体会议. 中共中央关于加强和改进企业思想政治工作的通知 [Электронный ресурс] // 百度文库. 1988.09.03. URL: <https://wenku.baidu.com/view/e24777cf05087632311212f4.html> (дата обращения: 30.06.2018). (Третий пленум Центрального Комитета Компартии Китая XIII созыва. Сообщение Центрального комитета Коммунистической партии Китая об укреплении и совершенствовании идеологической и политической работы предприятий // Библиотека Байду. — 03.09.1988.)
8. 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. 434 页. (Ло Чанхай, Чэнь Сяомин и др. Анализ формирования корпоративной культуры. Пекин: Издательство Университета Цинхуа, 2006. 434 с.)
9. 关于加强中央企业企业文化建设的指导意见. 发布单位: 国务院国有资产监督管理委员会 [Электронный ресурс] // 百度文库. 2005.03.16. URL: <https://wenku.baidu.com/view/2b96460df78a6529647d5376.html> (дата обращения: 30.06.2018). (Руководящие указания по укреплению структуры корпоративной культуры на центральных предприятиях. Издано Государственной комиссией по надзору и управлению активами Государственного совета // Библиотека Байду. 16.03.2005.)
10. 中国共产党第十七届中央委员会. 中共中央关于深化文化体制改革, 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决 [Электронный ресурс] // 百度百科. 2011.10.18. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%85%B1%E4%B8%AD%E5%A4%AE%E5%85%B3%E4%BA%8E%E6%B7%B1%E5%8C%96%E6%96%87%E5%8C%96%E4%BD%93%E5%88%B6%E6%94%B9%E9%9D%A9%E3%80%81%E6%8E%A8%E5%8A%A8%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E4%B8%BB%E4%B9%89%E6%96%87%E5%8C%96%E5%A4%A7%E5%8F%91%E5%B1%95%E5%A4%A7%E7%B9%81%E8%8D%A3%E8%8B%A5%E5%B9%B2%E9%87%8D%E5%A4%A7%E9%97%AE%E9%A2%98%E7%9A%84%E5%86%B3%E5%AE%9A/7958088> (дата обращения: 01.07.2018). (Центральный комитет КПК XVII созыва. Решение ЦК КПК по углублению реформы системы культуры и содействию развитию и процветанию социалистической культуры // Энциклопедия Байду. 18.10.2011.)
11. 关于加强文化领域行业组织建设的指导意见 [Электронный ресурс] // 百度百科. 2017.05.11. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E5%85%B3%E4%BA%8E%E5%8A%A0%E5%BC%BA%E6%96%87%E5%8C%96%E9%A2%86%E5%9F%9F%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E7%BB%84%E7%BB%87%E5%BB%BA%E8%AE%BE%E7%9A%84%E6%8C%87%E5%AF%BC%E6%84%8F%E8%A7%81/19849545?fr=aladdin> (дата обращения: 30.06.2018). (Руководство в области культуры по укреплению развития промышленных организаций // Энциклопедия Байду. 11.05.2017.)

© Ван Ифэй (wangiifei@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»