

# ПРИНЦИПЫ КИТАЙСКОЙ ТРАДИЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СТРУКТУРЕ КИТАЙСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

## PRINCIPLES OF CHINESE TRADITIONAL CULTURE IN THE STRUCTURE OF CHINESE CORPORATE CULTURE

**T. Artashkina  
Wang Yifei**

*Summary.* The traditional culture of China has formed a rich and unique Chinese management culture. The article analyzes in detail the provisions of the ancient Chinese philosophy, which are the spiritual foundation of managerial culture. Drawing on the work of contemporary Chinese researchers, the authors explore how the described principles of traditional Chinese culture are applied in contemporary Chinese corporate culture. The authors conclude that the ideological principles and cultural connotations of Chinese traditional culture are the basis of the spiritual component of modern Chinese corporate culture.

*Keywords:* China, traditional culture, corporate culture, ancient Chinese philosophy, principles of corporate culture.

**Арташкина Тамара Андреевна**

*Д.ф.н., Дальневосточный федеральный университет  
(Владивосток)*

*tam.artand@gmail.com*

**Ван Ифэй**

*Аспирант, Дальневосточный федеральный  
университет (Владивосток)*

*wangyifei@mail.ru*

*Аннотация.* Традиционная культура Китая сформировала богатую и уникальную китайскую управленческую культуру. В статье подробно анализируются положения древней китайской философии, являющиеся духовным фундаментом управленческой культуры. Опираясь на работы современных китайских исследователей, авторы исследуют, как описанные принципы традиционной китайской культуры применяются в современной китайской корпоративной культуре. Авторы делают вывод о том, что идеологические принципы и культурная коннотация китайской традиционной культуры являются базисом духовной составляющей современной китайской корпоративной культуры.

*Ключевые слова:* Китай, традиционная культура, корпоративная культура, древняя китайская философия, принципы корпоративной культуры.

**Т**радиционная культура Китая сформировала богатую и уникальную китайскую управленческую культуру, а потому имеет важное значение для современной практики управления предприятием. В 1988 г. на первой Международной конференции лауреатов Нобелевской премии «XXI век», состоявшейся в Париже (Франция), 75 лауреатов Нобелевской премии совместно выступили с инициативой: «Если люди захотят выжить в XXI веке, они должны вернуться на 2500 лет назад. Конфуций отправился туда, чтобы обрести мудрость» [1, с. 184]. Руководство современного Китая поступило мудро, рекомендовав сформировать культурную основу современного управления китайским предприятием.

Проанализируем, опираясь на работы современных китайских исследователей, какие принципы традиционной китайской культуры находят свое отражение в китайской корпоративной культуре.

Концепция корпоративной культуры должна быть ориентирована на людей (以人为本)

Идея или концепция, которая фокусируется на существовании людей, должна удовлетворять потребностям самих людей. «Народно-ориентированная» («以人为本»)

идеология всегда доминировала в концепции древнего китайского управления. В книге «Шаншу» (одна из китайских классических книг, входящая в состав конфуцианского «Пятикнижия») сказано: «人无于水监, 当以民监» (дословный перевод: «У людей нет контроля над водой»). Или, вольный перевод: «Не используйте воду как зеркало, но относитесь к людям как к зеркалам. Всегда все проверяйте, проверяйте себя и размышляйте о достижениях и потерях политики» [2].

В период Чуньцю (770–476 гг. до н.э.) Гуань Чжун (китайский мыслитель и политик периода Вёсны и Осени, признанный основоположник легизма как философско-политического учения) предложил идею «ориентации на людей»: «夫霸王之所始也, 以人为本» (дословный перевод: «Повелители начали править, ориентируясь на людей»). Или, вольный перевод: «Народные массы являются определяющей силой социальных перемен». По его мнению, «путь к делу» (务本之道) как «стремление к фундаментальной истине» означает, что повелитель должен управлять сердцами людей и бороться за людей [3, с. 5]. В конфуцианстве управление «ориентированное на человека» становится более выразительным и имеющим более значимое содержание. Конфуцианство исходит из того, что человек — это дух (дао, мера) всех вещей, центр вселенной. «Ориентированное на людей» мышление также интерпретировалось и ис-

пользовалась философами прошлого, делая его коннотацию богаче.

Некоторые современные ученые считают, что «ориентированное на человека» управление на основе конфуцианства является сутью корпоративной культуры. По мнению китайских исследователей, некоторые бизнес-ассоциации в истории Китая, такие как торговцы Шаньси (из провинции Шаньси), торговцы Хуэйчжоу (из провинции Аньхой), торговцы из провинции Чжэцзян и торговцы из провинции Гуандун, также выступали за «ориентированное на людей» управление [4, с. 219]. Чэнь Гуанбяо, современный китайский предприниматель, был одним из самых важных предпринимателей в финансовых и деловых кругах. Основанные им Шанхайский банк и Китайская туристическая служба имеют уникальное положение в истории современного экономического развития Китая. Развитие банка и туристической службы тесно связано с последовательной реализацией Чэнь Гуанбяо «ориентированной на людей» философии управления. Он считает: «С талантом спад станет процветающим, без таланта процветание станет спадом». Самый богатый человек в Гонконге — Ли Кашинг хорошо осведомлен об «ориентированном на людей» подходе к управлению. Однажды он сказал: «Управляя большой компанией, вы ничего не должны желать для себя. Прежде всего, нужно сделать все, чтобы сотрудники чувствовали себя в безопасности, и пусть они будут работать спокойно. Пусть они нравятся вам в первую очередь» [5, с. 131].

### Реализация культурных принципов групповой эффективности

«Принципы групповой эффективности» — это концентрированное на протяжении тысяч лет выражение модели авторитарного правления. В древнем трактате Хан Фейзи отмечалось: «事在四方，要在中央。圣人执要，四方来效», в переводе: «Политические дела были переданы местным чиновникам, но власть была сосредоточена у центрального правительства. Монарх Шэнминга отвечал за власть, и во всем мире стали управлять чиновники со всего мира. Короче говоря, необходимо создать централизованное правило монархии» [6]. В этом отрывке четко разделяются директивные и исполнительные, центральные и местные функции управления.

В одном из первых китайских военных трактатов «Искусство войны Сунь Цзы», автор которого — китайский полководец и философ Сунь Цзы, живший в VI в. до н.э., говорится: «凡治众如治寡，分数是也», вольный перевод: «Принцип управления большими единицами такой же, как и управление одним отрядом. Достаточно

но понять характеристики разных должностей». Или, по-другому: «斗众如斗寡，形名是也», вольный перевод: «Основной принцип командования в сражении большими подразделениями и управления небольшими единицами — один и тот же. Достаточно уловить характеристики размера войск и их соответствующих имен (назначения)» [7].

Различают первичный и вторичный «Принципы групповой эффективности», которые направлены на устранение основных противоречий. В начале своей карьеры Чжан Жуйминь, президент компании Haier (современная китайская компания, производящая бытовую технику), вступил в должность на фабрике холодильников в Циндао. Первые предпринятые им меры заключались в том, чтобы «нигде не подтекало» и «холодильник морозил». Эти меры были направлены на устранение основного противоречия, которое стало результатом хаотичного управления и говорило об очень низком качестве продукции. Без этих мер Haier не смог бы иметь сегодняшних достижений [8, с. 205].

Новая экономическая надежда Китая — крупная частная компания со многими предприятиями, занятыми во многих областях. Типичная трактовка «Принципов групповой эффективности» связана с принципами управления в такой компании. Стратегический комитет компании — совет директоров и команда старшего руководства — взаимно унифицированы и сбалансированы, а основатели компании возглавляют эту пирамиду власти [9, с. 10].

Современными примерами «Принципов групповой эффективности» традиционной китайской культуры, вошедшими в китайскую организационную культуру, являются такие принципы, как «активное сотрудничество, уважение послушания» компании Kelon (китайская компания кондиционеров), «уважение послушания, откровенные советы» корпорации Sinopec Corporation (China Petroleum & Chemical Corporation — китайская энергетическая и химическая корпорация) и т.д. [10, с. 112].

### Культурная стратегия «сначала планировать, а затем действовать»

Как принимать правильные решения — это первый вопрос, с которого должен начинать свою работу бизнес-менеджер. В трактате Гуань Цзы (название совокупности древнекитайских философских трактатов, написанных разными авторами, жившими в основном в IV–III вв. до н.э.) сказано: «夫强之国，必先争谋» («Если вы хотите сделать страну сильной, вы должны сначала спланировать свою стратегию») [11]. Конфуций сказал об этом так: «暴虎冯河，死而无悔者，吾不与也。必临事而慎，好谋而成者也». Вольный перевод: «Невооружен-

ный человек не идет на бой с тигром; чтобы пересечь реку, нужно идти к реке. Только безрассудный человек не жалеет о смерти, но я не имею с ним дела. Тот, с кем я предпочитаю иметь дело, бывает осторожен, когда сталкивается с новыми задачами, и который хорошо разбирается в стратегии и может решать любые задачи» [12]. Оба мудреца говорили о необходимости предварительного планирования в качестве первого шага к принятию успешного решения.

Древний китайский полководец Сунь Цзы считал: «知己知彼，百戰不殆；不知彼而知己，一勝一負；不知彼，不知己，每戰必殆». Перевод: «Знаешь силу врага и понимаешь свои силы, битва будет выиграна; когда силы врага не ясны, то и его действия не понятны. Иногда битва бывает успешной, но иногда войска терпят неудачу: надо знать силы врага, чтобы победить!» [13]. Поэтому соперники должны заранее планировать свои действия перед битвой: «先料將之賢愚，敵之強弱，兵之眾寡，地之險易，糧之虛實» (дословный перевод: «Ожидается, что мудрый будет мудрым, враг будет сильным и слабым, солдаты будут лучшими, земля будет легкой, и зерна будет много»). Вольный перевод: «Первое правило использования солдат в бою — сначала составить стратегический план. Перед войной необходимо определить, является ли генерал мудрым или скучным, сильные или слабые силы у противника, количество солдат велико или мало, местность театра военных действий крутая или плоская, а запас зерна для пропитания недостаточен или достаточен» [14].

Отношения между прогнозированием и принятием решений могут привести к большому успеху или большой неудаче. Китайцы подчеркивают всестороннее применение стратегии и тактики и ставят стратегию на первое место. Только таким образом можно одержать победу: «知己知彼，勝乃不殆；知天知地，勝乃不窮». Вольный перевод: «В войне вы должны точно понять намерения врага, и тогда вы можете победить без риска поражения. Если вдобавок еще вы будете знать изменения погоды и географическое положение, победа не будет носить единичный характер, и вы обязательно одержите окончательную победу» [15].

Так, журналом «Отлично» Formosa Plastics Group была оценена на Тайване как компания с наибольшим операционным доходом. Культурная стратегия основателя этой компании Ван Юнцина «сначала план, а затем принимать решение» сыграла очень важную роль в становлении и развитии компании. После нефтяного кризиса в 1970-х гг. Ван Юнцин овладел инвестиционными возможностями и решительно вышел на рынки в Соединенных Штатах, открыв тем самым зарубежные рынки. После начала политики реформ и открытости в материковой части Китая он сразу же обосновался в китайском горо-

де Сямынь, инвестировал создание почти 10-ти компаний и создал нефтехимическую промышленную систему на материке [8, с. 288].

### Честная и заслуживающая доверия культурная этика

Традиционная культура Китая оставила множество «честных и заслуживающих доверия» инструкций для будущих поколений. Например, Конфуций писал: «自古皆有死，民无信不立», дословно: «С древних времен были случаи смерти, и у людей нет веры». Вольный перевод: «Люди не могут без кредита доверия. Если правитель страны не может получить кредит доверия людей, то страна рухнет» [16].

В течение тысяч лет деловой активности в Китае честность и надежность всегда были моральными принципами и культурной этикой, которой придерживались китайские предприниматели. Предприниматели обязаны полагаться на качество своей продукции и не обманывать клиентов, чтобы выиграть в конкурентной борьбе. Например, торговцы (бизнесмены) из провинции Шаньси всегда ставили надежность на первое место.

Гуань Юньчан, который в китайской мифологии является богом войны, богом богатства и покровителем чиновников, утверждал, что «Люди очень ласковы и праведны, а дух борьбы за справедливость является чрезвычайно благородным». Память предков требует проявить уважение к этому принципу и его соблюдать [17, с. 83]. Некоторые китайские ученые отмечают, что конфуцианский бизнесмен (предприниматель) как следствие китайской культуры стал образцом для бизнесменов, и не только в Китае [18, с. 33].

### Соединение командного духа с общим желанием

В трактате «Чжоу И» (周易, «Книга Перемен» — наиболее авторитетное и оригинальное произведение китайской канонической и философской литературы, стоящее во главе конфуцианского «Пятикнижия» и «Тринадцатикнижия») есть известная поговорка: «君子上交不諂，下交不瀆», дословно: «Джентльмены не льстят, они не делают этого». Вольный перевод: «Будь ты богатым или нищим, в межличностных отношениях придерживаются джентльменской манеры вежливости и самоуважения» [19]. В трактате Гуань Цзы сказано: «以众人之力起事者，无不成也». Вольный перевод: «Полагаясь на мудрость всех людей, нет никаких разногласий; полагаясь на силу всех людей, чтобы делать что-то, нет неудачи. Необходимо относиться с бесконечной мудростью к силе масс» [20]. В древнем китайском военном трактате «Искусство войны Сунь Цзы» говорится:

«上下同欲者，胜». Перевод: «Убедить общество и примирить человеческие сердца — важный фактор для победы» [21].

Аргументы древних мыслителей, хоть и были различны, но все они говорят об одном и том же: объединяя сердца людей и их умы, можно сдвинуть одну из самых известных гор в Китае — гору Тайшань. Политика реформ и открытости породила новое поколение предпринимателей, которые стремятся использовать в своей деятельности принцип соединения командного духа «с общим желанием». Лю Чуанжи, основатель компании Lenovo Group, выпускающей персональные компьютеры и другую электронику, подводя итог своему успешному опыту, сказал: «Наша команда никогда не занималась сектантством, и все ставят интересы компании на первое место» [22, с. 104]. Чжан Жуйминь, президент компании Haier Group, также сказал с глубоким чувством: «Только объединив всех людей, работающих в компании Haier, можно создать мощную силу» [23, с. 28].

Эти и другие идеологические принципы китайской традиционной культуры нашли свое отражение в современной китайской корпоративной культуре. При этом они определенным образом интерпретировались. Попытаемся разобраться в том, как описанные нами принципы традиционной китайской культуры применяются в китайской корпоративной культуре.

Принцип ориентированной на людей корпоративной культуры в деятельности ориентированного на людей предприятия

Один из конфуцианских принципов гласит: «天地之性人为贵», или, в переводе: «Среди Небес и Земли люди самые почетные» [24]. В этом утверждении выделен субъектный статус людей в трех материях «Небеса, Земля и люди». Категория «люди» любой компании включает как ее сотрудников, так и ее клиентов. «Люди» в качестве сотрудников являются планировщиками, организаторами и исполнителями деятельности по производству, эксплуатации и сбыту продукции предприятия и являются основным органом создания прибавочной стоимости. Как клиенты, «люди» являются потребителями продуктов и услуг и являются основным источником прибыли корпораций. Корпоративная культура должна сформировать у сотрудников «ориентированную на людей» ценностную ориентацию и выдвинуть всестороннее развитие людей на первый план.

Например, компания Gree Electric Group, производящая климатическое оборудование, всегда придерживалась духа «лояльности, дружелюбия, трудолюбия и предприимчивости» в качестве основы

своей деятельности и отстаивает «ориентированную на людей» современную корпоративную этическую ценностную ориентацию. Эта ценностная ориентация компании нашла свое отражение на страницах журнала «Fortune», издаваемого компанией на протяжении многих лет. Журнал «Fortune China» выражает наиболее важные идеологические (духовные) основы корпоративной культуры 100 ведущих компаний в Китае [25].

Корпоративная этика и культура должны быть ориентированы на справедливость и прибыль

Ядро конфуцианской деловой этики действительно ориентировано на «талант души бизнеса» («士魂商才»). В изложении американского ученого китайского происхождения Ю Инши, это звучит так: «У бизнесмена должна быть этика, мораль и идеалы людей, пользующихся большим влиянием (мудрецов), а также таланты и прагматизм торговцев» [26, с. 4]. Иными словами, этика в бизнесе используется для стандартизации бизнес-поведения бизнесменов.

При получении прибыли компания должна руководствоваться «умным интересом», заключающимся в обладании права справедливости. Чтобы получить прибыль, предприятия должны стремиться к прибыли разумными, законными и совместимыми средствами. Необходимо всегда помнить конфуцианский принцип «不义而富且贵，于我如浮云». Вольный перевод: «Богатства, которые не отвечают принципам морали, столь же незначительны для меня, как облака в небе». Данная метафора показывает, что деньги и статус могут быть очень незначительными [27]. И, наконец, о том, как распределять прибыль. Необходимо преодолеть эгалитарную (уравнительную) идеологию «Большого банка» («大锅饭» — «большой котел»), но обратить внимание на справедливость распределения, быть ответственным перед страной, ответственным перед обществом и ответственным перед народом [28, с. 131].

Группа предприятий Wanshili стремится поддерживать знаменитый бренд в китайском мире шелка. Эта корпорация сформировала корпоративную культуру, отражающую принципы «все ориентировано на людей, гармония — самое важное качество в любом деле, а общество означает ответственность». По оценке Китайской ассоциации по изучению культуры предприятий, Wanshili Group получила почетное звание «Отличного подразделения National Enterprise Culture Construction 2010 года» («Отличное подразделение Национального предприятия в культурном строительстве»). Это звание имеют всего 10 предприятий в стране [29, с. 2].

### Следовать законам макромышления и отстаивать в корпоративной культуре принципы стратегического управления

Древние говорили: «自古不谋万世者，不足谋一时；不谋全局者，不足谋一域». Вольный перевод: «С древних времен если люди не могли проанализировать какой-то вопрос с точки зрения долгосрочных интересов, то они не могли ничего хорошо спланировать. Если правитель не сможет увидеть общую ситуацию для планирования государственных дел, он не сможет мудро управлять» [30]. Заметим, что в данном случае речь идет о стратегическом плане.

С наступлением эпохи информатизации и глобализации конкуренция между предприятиями не является конкуренцией на тактическом уровне, но часто является конкуренцией на стратегическом уровне. Роль стратегической корпоративной культуры стала более заметной. Менеджеры, особенно старшие менеджеры должны учитывать это: «运筹于帷幄之中，决胜于千里之外». Вольный перевод: «Умному человеку не нужно стремиться на поле битвы, просто сделайте хорошую работу на ранней стадии идеального стратегического развертывания, и вы сможете добиться успеха». Например, корпоративную стратегическую культуру и стратегическое управление компании Huawei можно обобщить как стратегию бренда, стратегию диверсификации, стратегию интернационализации и международную стратегию бренда. Корпоративная культура предприятий этой компании и их опыт в формировании корпоративной культуры стали широко известны не только в китайском обществе, но и стали образцом для других компаний [31, с. 36].

### Придерживаться концепции изменения и культивирования корпоративной инновационной культуры

Китайская культура всегда приветствовала инновации и революцию: «因时而变» («Время от времени все меняйте»). Иными словами, смелее разрушайте рутину, не бойтесь быть смелыми в новаторстве и предприимчивыми. Потребность в инновациях — это необходимое качество и способность современных предпринимателей. Поэтому предприятия должны энергичнее выступать за инновации, поощрять различные инновации и оказывать большую поддержку талантам, создающим инновации, особенно при создании инновационных предприятий.

Например, когда китайское государство реагирует на многие проблемы в розничной торговле, оно, прежде всего, использует стратегию реагирования на инновации с точки зрения людей, финансов и материалов. Решение

«проблемы людей» означают богатый опыт работы с клиентами. В основном используется (поощряется) применение инновационных продуктов и технологий, позволяющих создать наиболее удобные условия для совершения покупок, что значительно повышает лояльность клиентов (покупателей). Решение проблемы «финансы» означает снижение общей стоимости продукции. Рентабельность производства повышается в основном, благодаря использованию информационных и иных новых технологий. Решение проблемы «материалов» означает повышение эффективности управления. Применение на предприятиях инновационных систем помогает оптимизировать процессы управления, повысить уровень управления и его эффективность, и тем самым повысить конкурентное преимущество предприятий [32, с. 35].

### Поддержание концепции гармонии и культивирования гармоничной культуры

Принцип «гармонии» является одной из ценностей традиционной китайской культуры. У Конфуция есть высказывание: «礼之用，和为贵». Вольный перевод: «Роль этики заключается в том, чтобы гармонизировать отношения людей» [33]. Другими словами, Конфуций подчеркивал, что гармония — это закон выживания и развития всего мира.

Конкретная реализация практики управления бизнесом компании показывает, что самая большая ценность компании — это люди: «和气生财» («Гармония и добрые люди могут заработать целое состояние»). Это утверждение выражает важную философию бизнеса, а также практику ведения бизнеса, что было многократно проверено. Это самый базовый методологический принцип для координации предметных и объектных отношений между традиционной китайской культурой и уникальной мудростью выживания китайской нации.

Например, компания Rongshida Group (специализированное предприятие, изготавливающее кухонные шкафы, шкафы и кухонные приборы) представила новую концепцию «гармоничного бизнеса», основанную на практике многолетней и управленческой деятельности компании. Суть этой концепции такова: «Добросовестность, открытая совместимость, гармоничное развитие и создание беспроигрышной ситуации». В современном китайском обществе компания Rongshida, придерживаясь концепции «гармоничного бизнеса», достигла выдающихся достижений и написала значимую главу в истории национального промышленного развития [34].

Итак, традиционная китайская культура, насчитывающая 5000-летнюю историю, содержит богатый опыт управленческой деятельности. Это не только суть де-

ательности правителей прошлого и исторического господства страны, но и важная сокровищница современного управления предприятием. Фактически, она не-

исчерпаема. Ее идеологические принципы и культурная коннотация являются базисом духовной составляющей современной китайской корпоративной культуры.

## ЛИТЕРАТУРА

1. 吴照云, 李晶. 中国古代管理思想的形成轨迹和发展路径 // 经济管理. 2012年第7期. 第184 – 192页. (Ву Чжаюан, Ли Цзин. Траектория и путь развития древнекитайской управленческой мысли // Управление экономикой. 2012. Т. 7. С. 184–192.)
2. 书, 酒诰 [Электронный ресурс] // 中国图书馆网. 2017.02.08. URL: <http://www.cnlib.com/guoxueku/2017-02/147294.html> (дата обращения: 06.08.2018.) (Книги, винный погреб // Китайская библиотечная сеть. 08.02.2017.)
3. 史少博. 管仲 «以人为本» 和当代的 «以人为本» // 管子学刊. 2014年第2期, 第5 – 7页. (Ши Шаобо. Учение Гуань Чжун «ориентировано на людей» и современные учения, «ориентированные на людей» // Журнал Гуань Цзы. 2014. № 2. С. 5–7.)
4. 宋长琨. 儒商文化概论. 北京: 高等教育出版社 2010年版. 308页. (Сун Чангинг. Введение в конфуцианскую деловую культуру. Пекин: Издательство «Высшая школа», 2010. 308 с.)
5. 陈光甫先生, 言论集 / 民间刊本. 上海商业储蓄银行编1949年版. 237页. (Г-н Чэнь Гуанбяо. Сборник речей / Народные публикации. Шанхайский коммерческий сберегательный банк, 1949. 237 с.)
6. 韩非子. 扬权第八 [Электронный ресурс] // 中国社会科学网. 2014.02.17. URL: [http://sky.cssn.cn/sjxz/sjxdk/zgjd/zb/fj\\_14318/hfz/201402/t20140217\\_965595.shtml](http://sky.cssn.cn/sjxz/sjxdk/zgjd/zb/fj_14318/hfz/201402/t20140217_965595.shtml) (дата обращения: 21.08.2018). (Хан Фейзи. Превосходство монархии. Глава VIII // Сеть социальных наук Китая. 17.02.2014.)
7. 治众如治寡对现代管理的指导意义 [Электронный ресурс] // 百度文库. 2011.05.22. URL: <https://wenku.baidu.com/view/2769d62a915f804d2b16c1ab.html> (дата обращения: 21.08.2018). (Армия с большим количеством командиров имеет такое же значение, как и армия с небольшим числом людей, и это положение имеет важное значение для современного управления // Библиотека Baidu. 22.05.2011.)
8. 常桦编. 中国当代企业家管理思想述评. 北京: 中国纺织出版社 2004年版. 294页. (Чанг Хуабян. Обзор современных идей в сфере предпринимательства. Пекин: Китайский текстильный издательский дом, 2004. 294 с.)
9. 中国管理模式杰出奖理事会. 解码中国管理模式. 北京: 机械工业出版社 2009年版. 240页. (Совет по вопросам совершенствования модели управления в Китае. Пекин: Изд-во «Машиностроение», 2009. 240 с.)
10. 中外企业文化理念大全 / 王逸超编著. 北京: 中国经济出版社 2007年版. 238页. (Энциклопедия китайской и зарубежной корпоративной культуры / под. ред. Ван Ичао. Пекин: Китайский издательский дом по экономике, 2007. 238 с.)
11. 智者善谋 — 论 «管子» 的谋略思想 [Электронный ресурс] // 百度文库. 2010.09.29. URL: <https://wenku.baidu.com/view/8e41d17302768e9951e73849.html> (дата обращения: 21.08.2018). (Мудрые правители обладают стратегическим мышлением: О стратегии «Гуань Цзы» // Библиотека Baidu. 29.09.2010.)
12. 孔子的政治哲学 // 论语 · 述而 [Электронный ресурс] // 新浪新闻. 2018.02.04. URL: <http://news.sina.com.cn/o/2018-02-04/doc-ifuuzn2460356.shtml> (дата обращения: 21.08.2018). (Политическая философия Конфуция // Аналитики Конфуция / Новости Китая. 04.02.2018.)
13. 孙子 · 谋攻篇 [Электронный ресурс] // 百度百科. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E7%9F%A5%E5%B7%B1%E7%9F%A5%E5%BD%BC%E7%99%BE%E6%88%98%E4%B8%8D%E6%AE%86/554887?fr=aladdin> (дата обращения: 21.08.2018). (Сунь Цзы стремится атаковать // Энциклопедия Baidu.)
14. 刘伯温 (明朝代). 百战奇略 · 计战 [Электронный ресурс] // 百度百科. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E7%94%A8%E5%85%B5%E4%B9%8B%E9%81%93%EF%BC%8C%E4%BB%A5%E8%AE%A1%E4%B8%BA%E9%A6%96/6275942?fr=aladdin> (дата обращения: 21.08.2018.) (Лю Боуэн (Династия Мин). Сотни битв и сражений // Энциклопедия Baidu.)
15. 知天知地. 胜乃可全 [Электронный ресурс] // 中国青年网. 2005.04.14. URL: [http://daode.youth.cn/chenyu/200504/t20050414\\_19477.htm](http://daode.youth.cn/chenyu/200504/t20050414_19477.htm) (дата обращения: 21.08.2018). (Зная Небеса и землю, стремитесь к победе // Китайская молодежная сеть. 14.04.2005.)
16. 韩宇. 若止才优于德, 终无补于治理耳 — 中国古代政德修养思想的历史价值 // 北京日报. 2018年03月26日. 版次: 15. (Хан Юй. Если нет добродетели, то вы не сможете это компенсировать — историческая ценность древней китайской политической этики // Пекинская правда. 26.03.2018. Версия: 15.)
17. 李颖. 企业信用文化. 北京: 经济科学出版社, 2006年版. 251页. (Ли Ин. Корпоративная кредитная культура. Пекин: Издательство по экономике, 2006. 251 с.)
18. 蔡伯元. 贵和思想的现代价值 // 社会科学. 1994年第7期. 第33 – 36页. (Цай Боуан. Современная ценность дорогих мыслей // Общественные науки. 1994. Вып. 7. С. 33–36.)
19. 易, 系辞下 [Электронный ресурс] // 中国图书馆网. 2017.02.08. URL: <http://www.cnlib.com/guoxueku/2017-02/130514.html> (дата обращения: 16.08.2018). (Легко, следующая команда // Китайская библиотечная сеть. 08.02.2017.)
20. 百度 «松果计划» 延续校企合作双赢模式 [Электронный ресурс] // 科学中国网. 2016.06.26. URL: [http://science.china.com.cn/2016-06/26/content\\_8857376.htm](http://science.china.com.cn/2016-06/26/content_8857376.htm) (дата обращения: 16.08.2018). (План «Сонгуо»: продолжение бесприоритетного сотрудничества между школами и предприятиями // Научная сеть Китая. 26.06.2016.)
21. 李俊杰. 上下同求而欲者胜 [Электронный ресурс] // 网易新闻. 2016.04.20. URL: <http://news.163.com/16/0420/05/BL2QVCUC00014AE.html> (дата обращения: 23.08.2018). (Ли Юньцзе. С одним и тем же желанием выиграть // Новости Всемирной сети. 20.04.2016.)

22. 叶芄. 中国企业家精神过时了吗? // 信息空间. 2004年第6期. 第104 – 107页. (Е Пэн. Является ли китайское предпринимательство устаревшим? // Информационное пространство. 2004. № 6. С. 104–107.)
23. 张瑞敏. 海尔是海 // 经济管理. 2003年第1期. 第28页. (Чжан Жуймин. «Haier» — это целое море // Управление экономикой. 2003. Вып. 1. С. 28.)
24. 戚克剑. 中国企业文化之根基 [Электронный ресурс] // 中华会计网校网. 2001.12.31. URL: <http://www.chinaacc.com/new/287/294/354/2006/1/zh5182141936111160022478-0.htm> (дата обращения: 23.08.2018). (Ци Кецянь. Основы китайской корпоративной культуры // Сеть бухгалтерского учета Китая. 31.12.2001.)
25. 肖林. 格力: 温情企业文化显独特魅力 [Электронный ресурс] // 图标网. 2010. 07. 09. URL: <http://www.tjcjxyh.com.cn/html/shangbiaoxingxiang/wenhuanahan/11654.html> (дата обращения: 23.08.2018). (Сяо Лин.GREE: уникальное очарование тепла и корпоративной культуры // Знаковая сеть. 09.07.2010.)
26. (美) 余英时. 儒家伦理与商人精神. Ю. 桂林: 广西师范大学出版社, 2009年版. 394页. (Ю Инши (США). Конфуцианская этика и деловой дух. Гуйлинь: Издательство университета Гуанси, 2009. 394 с.)
27. 郭齐勇. 忧患意识与乐感文化 [Электронный ресурс] // 中央人民广播电台网. 2018.04.22. URL: [http://news.cnr.cn/native/gd/20180422/t20180422\\_524207694.shtml](http://news.cnr.cn/native/gd/20180422/t20180422_524207694.shtml) (дата обращения: 23.08.2018.) (Го Цюнь. Страдания и радость в музыкальной культуре // Центральная народная радиовещательная сеть. 22.04.2018.)
28. 孔南钢. 儒家商务伦理思想与现代企业伦理文化建设 // 伦理学研究. 2011年第4期. 第131 – 135页. (Конг Нанган. Конфуцианская деловая этика и современная корпоративная этическая культура // Этика. 2011. № 4. С. 131–135.)
29. 颜家兵. 中国传统文化视角下万事利集团企业文化研究. 硕士学位论文. 中国计量学院, 2012年6月. 62页. (Ян Цзябинь. Исследование корпоративной культуры Wanshouri Group с точки зрения традиционной китайской культуры: магистерская диссертация. [Китайский институт метрологии], 2012, июнь. 62 с.)
30. 中冷联盟官微, 冷链物流发展二十年, 为何仍长不出巨头? [Электронный ресурс]. 2018年05月15日. URL: <http://www.chinawuliu.com.cn/information/201805/15/331160.shtml> (дата обращения: 23.08.2018). (Логистика компании Zhonglang Union развивается в течение 20 лет. Почему же она до сих пор не стала крупнейшей компанией? 15 мая 2018 г.)
31. 海尔集团公司. 创新-海尔企业文化的核心 // 中外企业文化. 2009年第2期. 第36 – 40页. (Haier Group Corporation: «Инновации основа корпоративной культуры Haier» // Китайская и зарубежная корпоративная культура. 2009. № 2. С. 36–40.)
32. 姚永青. 中国零售行业 «钱景» 远大-惠普零售行业发展策略与解决方案分享 // 信息与电脑. 2011年第9期. 第35 – 37页. (Яо Юнцин. Индустрия розничной торговли Китая «Цянь Цзин» — это большой объем стратегических решений в области розничной торговли КНР // Информация и компьютеры. 2011. № 9. С. 35–37.)
33. 论语·学而第一 [Электронный ресурс] // 百度百科. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E7%A4%BC%E4%B9%8B%E7%94%A8%E7%BC%8C%E5%92%8C%E4%B8%BA%E8%B4%B5/9410696?fr=aladdin> (дата обращения: 23.08.2018.) (Аналитики Конфуция. Первое предложение // Энциклопедия Baidu.)
34. 中国红. 荣事达的 «和商» 文化 // 中国现代企业报. 2007年12月18日. 第A 04版. (Китайская красная культура. Деловая культура и коммерция «Ронгшиды» // Современные корпоративные новости Китая. 18 декабря 2007. Версия: А 04.)

© Арташкина Тамара Андреевна ( tam.artand@gmail.com ), Ван Ифэй ( wangyifei@mail.ru ).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Дальневосточный федеральный университет