

DOI: 10.24290/1029-3736-2022-28-3-149-167

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В КИТАЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Чжао Юньхуэй, асп. кафедры современной социологии социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234*

В настоящее время все большую актуальность приобретает исследование управления в компании с социологической точки зрения. Предприятие начинает восприниматься не просто как объект экономической деятельности, а как социальная система, происходящие процессы в которой должны регулироваться и контролироваться на основе учета особенностей социальной среды. В статье автор предпринимает попытку рассмотреть текущее состояние исследований социальных механизмов управления предприятием в Китае, а также определяет перспективы дальнейшего их развития. Автор выявляет факторы, оказывающие влияние на социальную среду китайских предприятий, что позволяет сделать вывод об особенностях формирования социальных механизмов управления в них. Методология исследования основывается на использовании методов анализа научной литературы, контент-анализа, обобщения. Выводы исследования основываются на собственном опыте автора и знании китайской специфики социальной среды компаний Китая, а также итогах теоретического анализа. По результатам исследования автор делает вывод, что в настоящее время управление на предприятии с точки зрения социологической науки изучено недостаточно, отсутствуют исследования социальных механизмов управления предприятиями, что свидетельствует о необходимости более глубокого изучения данной проблемы. На социальные механизмы управления в китайских компаниях особое влияние оказывают особенности традиционной китайской культуры и господствующих философских концепций конфуцианства, даосизма и моизма. Одной из главных задач в развитии социальных механизмов управления в китайских компаниях выступает интеграция идей “человекоориентированного” мышления и “общества знакомств” в процесс управления и создания модели управления “с китайской спецификой”.

Ключевые слова: социальный механизм, управление, предприятие, перспективы, культурный фактор, Китай.

* Чжао Юньхуэй, e-mail: modernsoc@socio.msu.ru

SOCIAL MECHANISMS OF ENTERPRISE MANAGEMENT IN CHINA: CURRENT STATE OF RESEARCH AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Zhao Yunhui, PhD student, Department of Modern Sociology, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninskie gory, 1, building 33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: modernsoc@socio.msu.ru

Nowadays, the study of management in a company from a sociological point of view is becoming increasingly relevant. The enterprise begins to be perceived not just as an object of economic activity, but as a social system, the ongoing processes in which must be regulated and controlled based on the characteristics of the social environment. In the article the author makes an attempt to consider the current state of research on social mechanisms of enterprise management in China, and also determines the prospects for further development. The author reveals the factors influencing the social environment of Chinese enterprises, which allows us to draw a conclusion about the features social management mechanisms formation in them. The research methodology is based on the use of scientific literature analysis methods, content analysis, generalization. The conclusions of the study are based on the author's own experience and knowledge of the companies with Chinese specifics social environment, as well as the results of a theoretical analysis. Based on the results of the study, the author concludes that at present, management in an enterprise from the point sociological science view has not been studied enough, there are no studies of the enterprise management social mechanisms, which indicates the need for a deeper study of this problem. The social management mechanisms in Chinese companies are particularly influenced by the features of traditional Chinese culture and the dominant philosophical concepts of Confucianism, Taoism and Mohism. One of the main tasks is the Chinese companies' social management mechanisms development and integration the ideas of "human-oriented" thinking and the "dating society" into the management process and the management model "with Chinese characteristics" creation.

Key words: social mechanism, management, enterprise, prospects, cultural factor, China.

Управление имеет чрезвычайно важное значение для выживания и развития любого общества и организации и может быть названо вечной темой социального развития. В настоящее время предприятие перестает восприниматься как экономическая единица, деятельность которой направлена на получение прибыли, и получает более глубокое изучение в рамках социологической науки.

Соглашаясь с точкой зрения М. Зафировского, что "экономическое содержание классической социологии лишь вторично и даже минимально производно в целом по отношению к содержанию классической/неоклассической экономической науки"¹, и придер-

¹ Zafirovski M. Economics in sociology? Original economic theories, concepts and approaches in classical sociologists // Review of Social Economy. 2021. Vol. 79. N 4. P. 664–716.

живаясь мнения В. Парето и Й. Шумпетера, которые рассматривают социологическую теорию как улучшающую, расширяющую и в значительной степени превосходящую экономику, мы полагаем, что экономические процессы однозначно нуждаются в социологическом осмыслении, и процессы, происходящие на предприятиях как экономических единицах, должны быть подробно изучены через призму социологической науки.

Социология в общем смысле означает науку об отношениях между личностью и обществом, которая изучает данное взаимодействие как теоретически, так и эмпирически. Экономическая социология применяет социологическую точку зрения к экономическим явлениям. Индивидуальные и коллективные взаимодействия, институты, механизмы социального контроля (санкции, нормы, ценности), социальные сети, а также гендерный, культурный, международный и экологический контекст являются наиболее важными областями исследования экономической социологии.

В настоящее время исследования в рамках экономической социологии, а также социологии управления и социологии организации механизмов управления на предприятиях приобретают все большую актуальность, поскольку в настоящее время в научных кругах уже сложилось однозначное понимание высокой роли социальной среды в деятельности компании.

В статье автор предпринимает попытку изучить современное состояние социологических исследований управления в китайских компаниях, выявить факторы, определяющие социальные механизмы управления в них.

Задача достижения целей исследования породила необходимость в рассмотрении ключевых понятий — “предприятие”, “управление” и “социальный механизм” управления через призму эволюции социологической науки в Китае.

В современной науке используются разные подходы к определению понятия “предприятие”. В экономике известно, что предприятие представляет собой основную экономическую единицу, которая занимается экономической деятельностью, такой как производство, обращение и услуги, удовлетворяет общественные потребности и осуществляет самостоятельное управление. В то же время в социологии под предприятием понимается не просто самостоятельная экономическая единица, а социальная единица внутри социальной структурной системы.

В Китае первые социологические исследования предприятий начались в середине 1980-х гг. и в течение десятилетия в целом соци-

альные проблемы в управлении предприятиями исследовались достаточно подробно. В дальнейшем интерес к изучению социальных аспектов предприятий и управления ими угас и восстановился лишь в последние годы. Основной фокус исследований был направлен на изучение унитарных предприятий, а также построение корпоративной культуры в компаниях. Остальные аспекты компаний, в том числе механизмы управления, не исследовались. Например, Чжоу Яньдун пишет следующее: "...самым большим узким местом является то, что уникальная и систематическая исследовательская перспектива и исследовательская структура еще не сформированы"². Многие социологические исследования китайских предприятий основывались на теоретических концепциях модели AGIL Т. Парсонса, метода политической культуры Фрегештейна, структурной истории П. Бурдьё, что привело к отсутствию учета индивидуальных факторов и чрезмерной идеализации социальной среды исследуемых компаний, отсутствию изучения организаций в динамике, т.е. исследований конкретной взаимосвязи между процессами и событиями, а также недостижимости интеграции и единства индивидуально-рационального поведения и социальной системной структуры. В работе Чжоу Яньдун впервые был предложен комплексный метод анализа китайских предприятий с точки зрения перспективы "поведение — структура процесса"³.

В настоящее время социология управления предприятиями в Китае является слабо изученной сферой и многие вопросы управления, включая социальные механизмы управления, не рассматривались в работах предшественников. Следовательно, необходимо с точки зрения социологии рассмотреть особенности управления на предприятиях Китая, определить социальные механизмы управления, функционирующие в них, что позволит восполнить пробелы в социологическом изучении управления в китайских компаниях.

Социология управления является междисциплинарной наукой, образованной на стыке социологической науки и менеджмента, представляя собой новую парадигму рассмотрения проблем управления с позиций социологии. Прежде чем рассматривать сущность социальных механизмов управления компанией, необходимо опре-

² 周延东.我国企业社会学研究的新探索 // 中国国情国力. 2013. N 12. P. 47–48 [Чжоу Яньдун. Новое изучение китайских исследований в области социологии предприятий // Национальные условия и национальная сила Китая. 2013. № 12. С. 47–48].

³ 周延东.我国企业社会学研究的新探索 // 中国国情国力. 2013. N 12. P. 47–48 [Чжоу Яньдун. Новое изучение китайских исследований в области социологии предприятий].

делить понятие управления. В социологии под управлением понимается социальная деятельность, направленная на эффективное и рациональное использование социальных ресурсов посредством принятия решений, планирования, организации, управления и контроля. Целью управления выступает установление порядка в обществе в целом⁴. Управление представляет собой сложный феномен, включающий в себя несколько элементов, каждый из которых играет важную роль в управлении. Эти элементы включают в себя субъекты, объекты управления, цель, собственно управление (процесс). Субъекты управления — это люди, которые управляют или организация в целом. Человек как субъект управления — это менеджер в организации, организация как субъект управления — это управляющая организация в организации. Субъектом управления является только лицо или организация, фигурирующая в качестве “менеджера”. Объектом управления являются люди, организации и предметы. Объектом управления является “управляемое”, т.е. то/тот, на что/кого воздействует субъект управления. Это воздействие достигается за счет определенных средств. Цель управления состоит в решении конкретных организационных задач и повышении эффективности. Управление как процесс — это рабочий процесс, отражающий основные функции менеджмента, в том числе планирование, организацию, руководство и контроль. Управление, по существу, реализуется через ряд действий менеджеров, составляющих основные функции управления. Управление в определенной степени зависит от лидера или процесса принятия решений. Следовательно, если есть индивиды и группы, а значит общественные отношения, то будет и управление; управление есть процесс субъективизации и процессуальный процесс общественных отношений; а общественные отношения, отличные от естественных отношений, должны быть обусловлены предметным сознанием людей как управленческой деятельности.

Чэнь Дилинь указывает, что управление — это выражение групповой рациональности и сдерживание иррациональности, это организационная форма, отражающая качество труда, связующее звено между общественным порядком и стабильностью, форма реализации свободы и демократии, это усилия по улучшению общества⁵.

⁴ 赵俐俐, 屈锡华. 社会学视野中管理概念的辨析 // 天府新论. 2015. N 2. P. 85–88 [Чжао Лили, Цюй Сихуа. Дифференциация и анализ концепций управления с точки зрения социологии // Новая теория Тяньфу. 2015. № 2. С. 85–88].

⁵ 陈帝霖. 管理社会学视野下的单调机制 // 湖南商学院学报. 2018. N 2. P. 39–42 [Чэнь Дилинь. Монотонный механизм с точки зрения социологии управления // Журнал Хунаньской школы бизнеса. 2018. № 2. С. 39–42].

Управленческая деятельность объединяет в себе чрезвычайно сложные процессы, на которые оказывает влияние множество факторов. Помимо основных факторов, таких как производительные силы, отношения и природные факторы, процесс управления также зависит от социальных факторов — политики, права, общества, психологии, истории, культуры и других. В связи с этим для изучения и решения сложных управленческих задач необходимо использовать методы мультидисциплинарных исследований, учитывать проблемы внутри и вне организации. В одной из своих статей известный исследователь в области менеджмента П. Друкер отметил, что управление осуществляется в “организационном обществе”, оно не ограничивается предприятием, а также распространяется на все институты современного общества, тем самым определив важную роль социологии в изучении процессов управления в компаниях. П. Друкер сказал, что “центром современного общества, экономики и общества являются не технологии. Это не информация. Это не производительность. Центром современного общества является управляемый институт. Управляемое учреждение — это способ, которым общество добивается цели в наши дни. А менеджмент — это специфический инструмент, специфическая функция, специфический инструмент для того, чтобы сделать институты способными приносить результаты”⁶. Некоторые исследователи отмечают, что управление организацией направлено на достижение надежного, стабильного и устойчивого развития всего общества.

С.Б. Ситкин и Э. Джордж рассматривали социальную сущность управления в организациях с позиций оценки социальной легитимности данной деятельности, т.е. как действий по самоутверждению менеджера и достижению доверия к собственной личности в корпоративном коллективе⁷. Субъект управления — человек, который предпринимает действия, которые способствуют их восприимчивости легитимности в глазах других, чтобы вызвать их доверие. Подчиненные, сохраняющие институциональное доверие к своему руководителю или организации, считают, что социальные структуры (например, формальный и неформальный организационный контроль), управляющие межличностными взаимодействиями, способствуют углублению отношений между начальником и подчиненным и препятствуют склонности менеджеров нарушать контракты между начальником и подчиненным. Формальные структурные и

⁶ *Drucker P. L'avenir du management. P., 1999.*

⁷ *Sitkin S.B., George E. Managerial trust-building through the use of legitimating formal and informal control mechanisms // International Sociology. 2005. Vol. 20. N 3. P. 307–338.*

контрольные механизмы обеспечивают возможность для установления доверия к менеджерам.

Профессор Сычуаньского университета Цюй Сихуа и исследователь Чжао Лили в совместной статье пишут о том, что уровень управления с позиций социологии следует считать признаком прогресса времени и социальной цивилизации. Это еще раз подчеркивает, что управление, прежде всего, следует рассматривать как социальную деятельность. Управление представляет собой ряд действий, в которых люди целенаправленно и сознательно используют созданные ими знания и интеллект, которыми обладают, чтобы активно ставить цели и реализовывать их⁸.

В социологии управление представляет собой дополнение к социальной системе и является попыткой улучшить общество. Это есть цепь общественного порядка и стабильности. Сложность системы — основная черта современного общества, а порядок и стабильность большой системы требуют порядка и стабильности каждой подсистемы. Компания, в свою очередь, является такой подсистемой, поэтому от социальной стабильности компании зависит стабильность всего общества.

Социальные механизмы управления в современной экономической социологии изучаются с двух позиций — «с позиции действия менеджера и с позиции действия работника, то есть с позиций объекта или субъекта менеджмента»⁹. В самых новых концепциях делают большой акцент на использовании неформальных механизмов регулирования, в основе которых лежит управление исходя из социальных и психологических потребностей человека¹⁰. Социальный механизм управления направлен на решение задач совершенствования условий труда, организации социальной среды, улучшения культурно-бытовых условий сотрудников, а также совершенствование межличностных отношений в коллективе.

Основные законы и идеи некоторого явления составляют механизм, лежащий в его основе¹¹. Человек является как создателем,

⁸ 赵俐俐, 屈锡华. 社会学视野中管理概念的辨析 // 天府新论. 2015. N 2. P. 85–88 [Чжао Лили, Цюй Сихуа. Дифференциация и анализ концепций управления с точки зрения социологии // Новая теория Тяньфу. 2015. № 2. С. 85–88].

⁹ Клементьев Д.М., Бубнова М.И. Экономическая социология и социология управления: специфика исследований управленческих процессов // Государственное управление. Электронный вестник. 2019. № 75. С. 145–167.

¹⁰ Магулаева А.А. Анализ современных Моделей зарубежной социологии управления // МНКО. 2018. № 6 (73). С. 418–421.

¹¹ 陈帝霖. 管理社会学视野下的单调机制 // 湖南商学院学报. 2018. N 2. P. 39–42 [Чэнь Дилин. Монотонный механизм с точки зрения социологии управления // Журнал Хунаньской школы бизнеса. 2018. № 2. С. 39–42].

так и носителем системы социальных правил, правила и построение системы управляют поведением социальных организмов, в то же время социальные организмы интерпретируют, подчиняются и реорганизуют правила и системы. Поэтому механизм управления представляет собой композицию взаимодействия социального коллектива и системы правил. Механизм — это изначальный ген, изначальная функция, естественное творение, побуждение природы¹². Механизм может уменьшать, поддерживать и освобождать связующую силу, устанавливать, регулировать и “выпрямлять” отношения, а также прояснять взаимные ограничения и благоприятные условия роста внутри основной структуры. За социальными явлениями скрывается множество механизмов, таких как монотонный механизм, побудительный механизм, механизм сдерживания, родственный механизм и другие¹³.

В Китае, как развивающейся стране, на протяжении многих лет в управлении предприятиями использовались модели, основанные на западных идеях. Тем не менее, их использование достаточно часто сталкивалось с несоответствием текущей ситуации во внутренней среде предприятия.

Значительное влияние на социальные механизмы управления в китайских предприятиях оказывает традиционная культура Китая. Она имеет долгую историю и сочетает в себе лучшие идеи различных философских и этических школ древнего Китая.

В системе управления предприятием взаимодействие между людьми является более важным, чем между человеком и производственным процессом. В связи с этим межличностная коммуникация в компании играет решающую роль в обеспечении эффективности управления предприятием. Межличностное взаимодействие представляет собой обмен информацией и поведенческое взаимодействие между социальными субъектами в компании, а также представляет собой основную социальную деятельность по построению и поддержанию межличностных отношений¹⁴.

В сложной социальной сетевой структуре люди через общение друг с другом создают каналы циркуляции информации, расширяют социальное пространство организации в соответствии с собственными

¹² 陈帝霖.管理社会学视野下的单调机制 // 湖南商学院学报. 2018. N 2. P. 39–42 [Чэнь Дилин. Монотонный механизм с точки зрения социологии управления].

¹³ 陈帝霖.管理社会学视野下的单调机制 // 湖南商学院学报. 2018. N 2. P. 39–42 [Чэнь Дилин. Монотонный механизм с точки зрения социологии управления].

¹⁴ 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. N 12. P. 89 [Чжан Цзяй, Цзин Ди. О модели управления предприятием, соответствующей характеристикам культуры управления Китая // Китайские и иностранные предприниматели. 2020. № 12. С. 89].

ми потребностями¹⁵. В межличностном взаимодействии реализуется социальная сущность, объективное существование и предметное сознание человека. В связи с тем что межличностное взаимодействие определяется уникальностью социально-исторических условий, в которых формируется субъективный спрос социальных субъектов на коммуникацию, в китайских компаниях межличностное взаимодействие характеризуется уникальностью культурного темперамента китайских работников. Конфуцианский взгляд на благость и праведность, даосское бездействие или моистское представление о всеобщей любви — все это определяет специфику межличностного взаимодействия в социальной среде китайских предприятий. Культурная традиция, имеющая исторические корни, сформировала уникальную национальную психологию китайского народа и продолжает влиять на современное китайское общество, накладывая присущий китайцам культурный отпечаток на межличностные взаимодействия. Поэтому социальный механизм управления коммуникацией между работниками компании будет характеризоваться особенностями, и создание такого социального механизма управления “с китайской спецификой” позволит преодолеть в китайских компаниях несовместимость западных моделей управления и культурные конфликты, возникающие на почве этих различий.

Наиболее существенное влияние на поведение людей в китайских компаниях оказывают традиции конфуцианства. Согласно им межличностное общение должно соответствовать “доброжелательности, праведности, уместности, мудрости и доверию” и соблюдать принцип “верности и прощения”. Доброжелательность и праведность — основные требования жизни, уважение к другим — основная предпосылка межличностного взаимодействия. Вежливость и дисциплина являются катализаторами хорошего общения, праведность — фундаментальной гарантией устойчивого развития межличностных отношений, прощение является важным способом разрешения кризиса межличностного взаимодействия. Также отметим, что в настоящее время конфуцианская идеологическая концепция “пусть правитель будет правителем, министр — министром, отец — отцом, а сын — сыном” по-прежнему является основной предпосылкой межличностного общения китайцев, в том числе в организациях, определяя четкую иерархию, а также относительную пассивность китайских сотрудников к карьерному росту (хотя в свете активного

¹⁵ 孔朝亮, 李秀芝. 浅析我国现代企业管理的现状与发展趋势 // 经济研究导刊. 2020. N 1. P. 18–19 [Кун Чаолян, Ли Сючжи. Анализ текущего состояния и тенденций развития современного управления предприятием в Китае // Руководство по экономическим исследованиям. 2020. № 1. С. 18–19].

западного влияния в последние несколько десятилетий стали появляться сотрудники с новым “западным” мышлением, которые стремятся к карьерному росту и при его отсутствии готовы даже уволиться с текущего места работы, но реальность свидетельствует о том, что многие работники, особенно занятые на производстве, не стремятся к карьерному росту и достижению статуса руководителя, что подтверждает сохранение идеи “сын пусть остается сыном” в современных компаниях Китая).

Даосизм также оказал влияние на общество Китая, утвердив в нем идею естественности, безмятежности и бездеятельности. Основатель даосизма Лао-Цзы полагал, что нельзя действовать опрометчиво и управляющие не должны навязывать человеческую волю, но должны следовать Дао и позволять ему развиваться естественным образом. Следует пояснить, что Дао — это сложная философская категория традиционной культуры Китая, однозначно определить которую не представляется возможным. Даже современные китайцы часто затрудняются дать определение “дао”, хотя это является одной из основ их поведения и понимания нравственности. В учении Лао-Цзы был выдвинут совет: “...встаньте на место другой стороны, сравните сердце с сердцем, уважайте другую сторону и не действуйте преднамеренно”. В связи с этим, в китайских компаниях существует мнение, что “управление бездействием” есть волшебное оружие для стимулирования потенциала сотрудников, а также своего рода искусство общения: “...я безмолвен и заставляю другого человека все знать, я безмолвен и заставляю другого человека говорить неистощимо”. Поэтому, подобное безмолвие руководства в межличностном общении — важный способ полноценного получения информации, а умение слушать — один из ключевых навыков межличностного общения, которые одобряются в китайском корпоративном обществе.

Моистская мысль была широко распространена в низах общества, но ее влияние было не меньшим, чем у конфуцианства и даосизма. В поведении каждого китайца находят отражение отголоски влияния моизма. Например, ключевыми ценностями выступают трудолюбие и бережливость, тяжелая борьба, взаимная забота. В частности, основная идея “любить друг друга и приносить пользу друг другу” тонко влияет на межличностные взаимодействия в коллективе. С точки зрения общения идея “любить друг друга” подчеркивает взаимное уважение и любовь, что способствует созданию гармонии в китайском коллективе. Создание атмосферы “взаимной выгоды” способствует установлению общей основы для эффективного взаимодействия в коллективе, формирующего лучшее общение между двумя сторонами для достижения консенсуса. “Любите друг друга и

приносите пользу друг другу”, эта идея проходит через весь процесс межличностного взаимодействия в компании, поэтому в китайских предприятиях развит интеракционизм (особая форма коллективизма), который отличен от американского индивидуализма и японского коллективизма. Поэтому в межличностном общении китайские сотрудники делают упор на взаимодействие, определяя возможность развития предприятия только совместными усилиями.

Влияние традиционной китайской мысли на межличностное взаимодействие в современных китайских компаниях значительно. Однако на межличностное взаимодействие влияют и культурные различия между Китаем и Западом, что находит отражение в соотношении между самовыражением и степенью признания других. Влияние западной культуры, в частности сильный личный героизм, способствовали развитию в китайском корпоративном обществе концепции *show*, с углублением культурных обменов эта концепция все глубже ассимилируется в обществе Китая. *Show* отождествляется с самовыражением, которое в западной культуре становится средством саморазвития. Каждый человек имеет определенную степень стремления к самовыражению, но в китайской корпоративной среде это вызывает двоякую реакцию. С одной стороны, собственное самовыражение определяется человеком как самопрезентация, но, с другой стороны, когда данное выражение происходит со стороны других людей, это приравнивается к действиям, рассчитанным на показной эффект. Поэтому в межличностном общении сильное стремление к самовыражению часто игнорируется, а чрезмерное самовыражение часто подвергается нападкам. В китайской культуре ценность самовыражения вступает в конфликт с даосской скромностью, идеей о необходимости быть ниже других, не быть лучшим, бездействовать. В то же время в даосизме имеется другой концепт, вувэй (кит. 无为) — недеяние или бездействие, который не отрицает необходимости самовыражения.

Концепция управления некоторых предприятий является “полностью вестернизированной”, слепо копирующей иностранный опыт и модели управления. Существующие социальные механизмы управления также достаточно часто заимствуют из опыта западных компаний. Китайская теория управления предприятием должна основываться на органичном сочетании китайской философии управления и западной практики управления предприятием. Органическое сочетание, применение традиционной культуры к методам управления, концепциям управления, управлению человеческими ресурсами, управлению эффективностью и построению корпоративной культуры позволят улучшить социальную среду в компании.

Локализация является основой для постоянного развития китайской теории управления предприятием. Тэн Чжи проанализировал то, как проявился фактор “человеческого чувства” в управлении предприятием, на что повлияла китайская традиция “общества знакомств”¹⁶. Во-первых, вертикальные отношения между начальниками и подчиненными и горизонтальные отношения между одним и тем же уровнем на предприятии образуют фиксированную структуру повседневного общения на предприятии. Во-вторых, социальные ритуалы знакомых, такие как банкеты в честь дня рождения и подарки, по-прежнему актуальны на современных предприятиях. В-третьих, непроизводительная деятельность предприятия по созданию команды, такая как социальные сети, званые обеды и т.д., также превратила предприятие в общество знакомых. И, наконец, современные технологии, такие как *WeChat* и *QQ*, сформировали различные социальные круги внутри предприятия. В этих условиях для субъектов управления, чтобы повысить сплоченность внутри предприятия, создать здоровую рабочую атмосферу и поддерживать гармоничные межличностные отношения, важно учитывать фактор “человеческих чувств” в управлении китайскими предприятиями.

Основой для формирования социальных механизмов управления в китайских компаниях должно стать “человекоориентированное” мышление, базирующееся на традиционной концепции философа Мэн-Цзы, согласно которой “самое ценное — люди, второе — общество, а правитель — свет”. Ли Шимин также считал, что правитель — это лодка, а человек — вода. Вода может нести лодку, а может и опрокинуть ее, особенно подчеркивая идею управления, ориентированного на людей. С теоретической точки зрения суть мысли, ориентированной на людей, заключается в подчеркивании “ориентированности на человека” и подчеркивании силы и мудрости людей, что соответствует ориентированному на людей требованиям концепции научного развития, и также согласуется с ориентированным на людей мышлением в современной теории управления. Это полностью соответствует принципу социального механизма управления в компании. В соответствии с данным подходом необходимо обращать внимание на индивидуальные потребности, прислушиваться к идеям людей, а также стимулировать их мудрость и силу. Что касается современной концепции управления предпри-

¹⁶ 滕致.从费孝通“熟人社会”理论看企业管理中的“人情”因素 // 经济研究参考. 2016. N 56. P. 20–24 [Тэн Чжи. Из теории “Общества знакомств” Фэй Сяотуна к рассмотрению “человеческого” фактора в управлении предприятием // Справочник по экономическим исследованиям. 2016. № 56. С. 20–24].

ятием, то фактически все элементы управления осуществляются вокруг центрального концепта “человек”, поэтому цель состоит в том, чтобы повысить энтузиазм, инициативу и творческий потенциал сотрудников предприятия, а также максимизировать чувство их ответственности. Следовательно, вместе с прогрессом каждого сотрудника будет происходить рост всей организации. Поэтому в современном управлении предприятиями Китая руководители должны уделять внимание внедрению традиционной “человекоориентированной” концепции и деталям всех аспектов управления предприятием, таких как создание различных систем управления, внедрение методов управления и внедрение управленческих мероприятий, каждый из которых должен быть ориентирован на работников.

Таким образом, в результате исследования было выявлено, что в Китае в настоящее время управление на предприятии с точки зрения социологической науки изучено недостаточно. Анализ научных публикаций и монографий позволил выявить отсутствие работ, посвященных исследованиям социальных механизмов управления в компаниях. Тем не менее, в условиях роста внимания к предприятию как социологическому актору, как важному элементу обеспечения социальной стабильности, социологический подход к изучению управления в нем определенно важен. Это позволяет сделать вывод о перспективности подобных исследований.

В современных китайских компаниях управление основывается на использовании западных моделей, которые интегрируются в социальную среду компаний, находящуюся под сильным влиянием традиционной культуры — конфуцианства, даосизма и моизма. Особенно значительно влияние этих концепций на взаимодействие между субъектом и объектом управления, а также во взаимосвязи объект—объект. Это позволяет сделать вывод о том, что социальные механизмы управления на китайских предприятиях отличаются от западных.

В настоящее время реалии социальной среды китайских компаний и тенденции в управлении ими свидетельствуют о формировании подхода к управлению “с китайской спецификой”. Данный подход является перспективным, поскольку его развитие должно осуществляться за счет интеграции традиционных концепций китайской культуры в социальное управление компаниями. Среди этих концепций идея “общества знакомств”, а также “человекоориентированное” мышление в управлении. Полагаем, что интеграция данных идей в управлении компаниями в Китае позволит улучшить социальную среду, сделав ее более благоприятной для реализации корпоративных процессов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Клементьев Д.М., Бубнова М.И. Экономическая социология и социология управления: специфика исследований управленческих процессов // Государственное управление. Электронный вестник. 2019. № 75. С. 145–167.

Магулаева А.А. Анализ современных Моделей зарубежной социологии управления // МНКО. 2018. № 6 (73). С. 418–421.

REFERENCES

Klement'ev D.M., Bubnova M.I. Ekonomicheskaya sociologiya i sociologiya upravleniya: specifika issledovanij upravlencheskih processov [Economic sociology and sociology of management: the specifics of research on management processes] // Gosudar-stvennoe upravlenie. Elektronnyj vestnik. 2019. N 75. S. 145–167 (in Russian).

Magulaeva A.A. Analiz sovremennyh Modelej zarubezhnoj sociologii upravleniya [Analysis of Modern Models of Foreign Sociology of Management] // MNKO. 2018. N 6 (73). S. 418–421 (in Russian).

Mandják T., Szántó Z. How can economic sociology help business relationship management? // Journal of Business & Industrial Marketing. 2010. N 2. P. 304–322.

Sitkin S.B., George E. Managerial trust-building through the use of legitimating formal and informal control mechanisms // International Sociology. 2005. Vol. 20. N 3. P. 307–338.

Zafirovski M. Economics in sociology? Original economic theories, concepts and approaches in classical sociologists // Review of Social Economy. 2021. Vol. 79. N 4. P. 664–716.

陈帝霖.管理社会学视野下的单调机制 [Monotonic Mechanism from the Perspective of Management Sociology] // 湖南商学院学报. 2018. N 2. P. 39–42 (in Chinese).

范英杰,林高飞.文化对企业管理会计行为影响的研究综述 [A review of the research on the influence of culture on corporate management accounting behavior] // 会计之友. 2021. N 1. P. 50–54 (in Chinese).

孔朝亮,李秀芝.浅析我国现代企业管理的现状与发展趋势 [An Analysis of the Current Situation and Development Trend of Modern Enterprise Management in my country] // 经济研究导刊. 2020. N 1. P. 18–19 (in Chinese).

滕致.从费孝通“熟人社会”理论看企业管理中的“人情”因素 [From Fei Xiaotong's "Acquaintance Society" Theory to Look at the "Humanity" Factor in Enterprise Management] // 经济研究参考. 2016. N 56. P. 20–24 (in Chinese).

张家怡,景迪.论适合我国管理文化特点的企业管理模式 [On the Enterprise Management Mode that Fits the Characteristics of my country's Management Culture] // 中外企业家. 2020. N 12. P. 89 (in Chinese).

赵俐俐,屈锡华.社会学视野中管理概念的辨析 [Differentiation and Analysis of Management Concepts in the Perspective of Sociology] // 天府新论. 2015. N 2. P. 85–88 (in Chinese).

周延东.我国企业社会学研究的新探索 [A New Exploration of Chinese Enterprise Sociology Research] // 中国国情国力. 2013. N 12. P. 47–48 (in Chinese).

朱长斌,李金灵.我国企业管理的未来发展方向与管理模式分析 [Analysis of the future development direction and management mode of enterprise management in my country] // 商业文化. 2021. N 16. P. 70–71 (in Chinese).