

УДК 658.011.8 + 338.316

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОВМЕСТНЫХ РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2009 г. Я. Сун

*Южно-Российский государственный технический университет
(Новочеркасский политехнический институт)*

Рассмотрены социальные аспекты китайской экономической деятельности на территории современной России и особенности функционирования совместных российско-китайских предприятий. Описаны результаты опросов китайских работников и предпринимателей, касающиеся их социального происхождения. Предложены подходы к созданию системы организационного проектирования таких предприятий.

Ключевые слова: китайцы в России; совместные предприятия; организационная культура; социальное расслоение.

Social aspects of Chinese people's economic activities on the territory of nowadays Russia, and features of Russian-Chinese joint ventures' functioning are examined in this work. The results of Chinese workers and businessmen surveys, dedicated to their social origin are also described. The ways of organization projecting system's creating for such ventures are presented.

Key words: Chinese people in Russia; joint ventures; organizational culture; social stratification.

Увеличивающееся количество китайцев в России привело к определённой боязни китайского ирредентизма среди русского населения. Российские газеты в последнее десятилетие публиковали противоречивые оценки количества китайских иммигрантов – от двух до пяти миллионов человек на Дальнем Востоке. Некоторые из них предсказывают, что китайцы будут составлять половину населения России к 2050 году. Русскоязычное население придерживается устоявшегося мнения, что китайские поселенцы прибывают в Россию на постоянное место жительства [1].

Более взвешенные оценки даются в работах российских ученых-социологов – достаточно, например, привести работы крупнейшего синолога В. Гельбраса. В его известной работе [2] описаны результаты проведенных в России социологических исследований, которые преследовали, по сути, одну цель: выяснить, что представляют собой китайские мигранты, их состав, интересы, проблемы и надежды. Исследования проводились

в нескольких городах, но в силу ряда объективных причин охватывали сравнительно узкий круг городов и небольшое число китайцев.

Основными мотивами приезда китайцев в Россию являются разного рода позитивные устремления (учеба, возможность заработка) и притягивающие факторы (лучшие условия быта, отсутствие ограничений на обзаведение семьей, детьми и т.д.). Они могут получить вид на жительство, но только в нескольких случаях: при работе в официально зарегистрированных фирмах, учреждениях, временной работе по контракту с российской или российско-иностранной компанией, коммерческой деятельности, учебе или стажировке, в случае, если состоят в браке с гражданином или гражданкой России. Поэтому абсолютное большинство граждан КНР находится на территории России, имея дипломатический или служебный паспорт, однократную или многократную визу, либо пребывая на территории страны в соответствии с нормами, регулируемыми безвизо-

вый туристический обмен. Немало китайцев, но совершенно неизвестно, сколько именно, находится в России на нелегальном или полунелегальном положении.

Как отмечает В. Гельбрас в вышеуказанной работе [2], в интересах понимания существа проблем китайской миграции необходимо учитывать неоднородность состава китайцев, находящихся на территории России. Далеко не все из них являются мигрантами либо намерены становиться таковыми. В их среде надо различать следующие группы: официальных представителей государственных организаций, студентов и стажеров в российских учебных и исследовательских учреждениях, рабочих и служащих, законтрактованных для временной работы на территории страны, работников государственных и негосударственных коммерческих фирм, а также лиц, прибывающих в Россию по служебным паспортам или туристическому обмену. Столь большое разнообразие правового статуса китайцев, прибывающих в Россию, стало результатом нормализации и развития межгосударственных, торгово-экономических и культурных отношений между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой на протяжении 1990-х – начала 2000-х годов. Нельзя исключить того, что по мере дальнейшего расширения связей двух стран появятся и другие группы китайцев, пребывающих в России.

В рамках нашего исследования представляют интерес граждане КНР – рабочие и служащие, законтрактованные для временной работы на территории России в государственных и негосударственных коммерческих фирмах.

Абсолютное большинство китайцев, находящихся на территории России – граждане КНР. Часть из них, проживая в российских городах более трех лет, фактически стала мигрантами, то есть постоянными жителями России. В. Гельбрас отмечает: «...Чрезвычайно затрудненная процедура регистрации и обретения легального статуса в России, беззащитность, посягательства на их честь и достоинство вынуждают китайцев, сохранять возможность в любой момент уехать из России. Однако выяснилось также, что, после трех-пяти лет жизни в России, по возвращении на родину китайцы, как правило, уже

не могут примириться с условиями жизни дома – слишком велики различия в условиях быта, трудно примириться с нормами административного контроля и политико-идеологического давления...» [2].

Примечательно, что модели миграции китайцев на Дальний Восток и в Европейскую часть России не одинаковы. На Дальнем Востоке преобладает маятниковая миграция, тогда как для Запада и центра России она становится все менее характерной. Твердое суждение на сей счет вывести довольно сложно в связи с тем, что респонденты, участвовавшие в опросах, описываемых в работе [2] по тем или иным причинам в массовом порядке старались уклониться от ответа на соответствующие вопросы. Однако примечательно, что в Москве многие респонденты не отвечали на вопрос о том, сколько раз они приезжали в Россию, но сообщали, сколько лет они живут в городе. На Дальнем Востоке обратная ситуация: респонденты легко отвечали на вопрос, сколько раз они приезжали в Россию (часто говорили: «много раз»), но им явно было трудно сказать, сколько лет они живут в том или ином городе. По состоянию на момент проведения этого опроса в Москве, численность китайцев в городе колебалась в пределах от 20 до 25 тысяч человек. Основу китайской торговой пирамиды в Москве образуют мелкие частные торговцы. Их общая численность составляет около 20 тысяч человек. Некоторые китайские знатоки землячества, давно проживающие в городе, называют более крупные цифры – 30-40 тысяч. Тиражи китайских газет, издающихся в городе, численность абонентов пейджинговых компаний, обслуживающих клиентов на китайском языке, позволяют говорить о том, что первая из приведенных оценок ближе к реальности. Что касается Хабаровска, Владивостока и Уссурийска, то в этих городах, по оценкам экспертов, общая численность китайцев не достигает и половины их численности в Москве: скорее всего, в каждом из них она составляет не более 10 тысяч человек. Если говорить о Хабаровском и Приморском краях, то, по мнению экспертов, участвовавших в обсуждении результатов нашего исследования, в каждом из них может насчитываться примерно 20 тысяч китайцев. По договорам с российскими ор-

ганизациями ежегодно в Россию приезжают на временные строительные, сельскохозяйственные и иные работы от 15 до 30 тысяч человек. В целом в России по оценкам В. Гельбраса набирается до 450 тысяч китайцев, более или менее постоянно проживающих на её территории.

Большинство из них составляют китайцы работающие на территории России в официально зарегистрированных совместных российско-китайских предприятиях, занятых торговлей и другими видами деятельности, в предприятиях формально зарегистрированных российскими учредителями, но связанными фактическими деловыми связями с китайским бизнесом (в т.ч. – имеющих работников – граждан КНР), а также предприниматели – граждане КНР, работающие на территории России.

Очевидно, что наиболее перспективной формой такого сотрудничества являются совместные предприятия, деятельность которых, организованная с учётом интересов обеих сторон, позволяет обеспечить эффективность функционирования и синергетический эффект от использования ключевых компетенций российских и китайских участников. Однако, создание эффективных совместных предприятий наталкивается на ряд проблем, в т.ч. носящих социокультурный характер.

Весьма важными представляются особенности организационной культуры предприятий, функционирующих с участием российского и китайского бизнеса. Проблематика организационной культуры актуальна для любой общественной модели. Однако на практике понятие организационной культуры по преимуществу изучается применительно к частным предприятиям, ориентированным на извлечение прибыли и функционирующим в жестких условиях конкуренции, когда сама организационная культура становится основой деятельности предприятия и фактором успешности его функционирования. Поэтому развитие концепции организационной культуры практически напрямую связано с развитием капитализма и свободного рынка.

Интересны результаты сравнительного исследования организационной культуры, характерной для предприятий России и Ки-

тая, представленные в известной работе Вэй Фэн и Н.Н.Покровской [3]. В этой работе приводится сравнительный анализ формирования организационной культуры в период становления рыночной экономики в России и в Китае, а также рассматриваются основные национальные особенности и общие характеристики организационной культуры российских и китайских предприятий и затрагиваются проблемы и перспективы их развития.

Авторы этой работы исходят из того, что при исследовании характерной для предприятий той или иной страны организационной культуры необходимо исходить из принципа историзма – учитывать особенности и опыт становления рыночной экономики.

За последние два десятилетия организационная культура предприятий Китая прошла три этапа:

1. Заимствование американского и японского опыта, становление правил и инструментов воздействия, постепенная смена административного стиля работы ориентацией на экономическую эффективность.

2. Синтез отдельных элементов и проявлений организационной культуры в целостную систему, возникновение необходимости укрепить и усилить организационный дух. Предприятия придают значение торговой марке, качеству продукции и имиджу фирмы.

3. Углубленное развитие организационной культуры, превращение её в модель управления. Продолжается поддержка формирования оргструктуры предприятия и его культуры, уделяется внимание устранению неблагоприятных настроений и нравов, небрежного отношения к работе. Задачей организационной культуры становится сплочение членов организации и направление усилий всей организационной системы на поощрение действий работников по достижению целей предприятия.

Главное отличие организационной культуры российских предприятий авторы вышеуказанной работы [3] видят в следующем: если китайская организационная культура несет в себе значительный сегмент, причем осознанный и признанный, традиционной китайской культуры, то в российских организациях обычно достаточно мало осознается,

исследуется и учитывается национальный компонент. В России при поверхностном взгляде создается впечатление, что культура предприятий возникла в годы «перестройки» конца 1980-х гг. При этом дореволюционные традиции и советский опыт практически не учитываются.

Тем не менее, по мнению известных авторов [3], с которыми мы согласны, история развития организационной культуры в России и в Китае обладает некоторыми общими чертами.

Показательны результаты социологических исследований, проведенных некоммерческой организацией «Гуманитарный фонд» [4], касающихся вопросов управления российскими предприятиями. Опубликованы результаты сопоставления некоторых результатов, полученных в ходе этих исследований, с результатами анкетного обследования китайских хозяйственников, которое провел в 2004 г. Исследовательский центр предпринимателей Китая [3].

Эти исследования показали, что понимание основных вопросов организационной культуры имеется у руководителей как российских, так и китайских предприятий. 88% опрошенных китайских хозяйственников отметили «огромное» или «большое» влияние культуры, и 83,5% российских руководителей считают, что организационная культура играет «решающую» (48,1%) или «важную» (35,4%) роль для успешного функционирования фирмы. Большинство китайских руководителей подчеркивает, что «человек стоит на первом месте» в процессе управления, и считает правильным утверждение, что «каждое предприятие обладает своей культурой», с чем согласны и российские менеджеры, указавшие в качестве наиболее важных ресурсов «человеческие» (72,6%, наряду с «финансовыми ресурсами», набравшими 94,8%). Основные функции организационной культуры состоят, по мнению китайских руководителей, в укреплении сплоченности, сценентированности организации, повышении хозяйственных достижений, улучшении образа предприятия. Российские руководители добавили к числу наиболее важных функций рост производительности труда и вывод предприятия из кризисных ситуаций; на китайских предприятиях среди элемен-

тов организационной культуры наибольшее влияние оказывают личная концепция руководителей, традиции предприятия и обстановка, правила и порядки. В российских компаниях первостепенную роль играют «пример руководителя» и «законы и правила».

Среди эффективных путей создания организационной культуры большинство китайских руководителей указали, что «субъектом построения организационной культуры выступает персонал», а российские руководители сохранили эту роль за собой, в обеих странах отметили необходимость наследования лучших традиций прошлого. Основные положения построения организационной культуры заключаются в том, что в Китае на государственных предприятиях во главе этих процессов стоит партийный секретарь, на негосударственных – председатель правления и генеральный директор. В России эта роль, как правило, не закреплена, но неформально ее выполняет второе или третье лицо на предприятии (исполнительный или административный директор, директор по персоналу и т.п.), а на крупных предприятиях по-прежнему важна роль профсоюза и председателя профсоюзного комитета.

Более чем половина китайских предприятий имеют специальное подразделение, отвечающее за вопросы организационной культуры, при этом ни на одном из обследованных российских предприятий такого подразделения обнаружено не было. Китайские менеджеры указали, что материальный пласт организационной культуры изучен достаточно хорошо, в то же время духовным и поведенческим разрезам культуры уделяется мало внимания. В России, напротив, отмечают значимость, прежде всего, нематериальных компонентов организационной культуры (ценности – 82,1%, атмосфера в коллективе – 75%, корпоративные мероприятия – 62,3%). Среди элементов организационной культуры китайские руководители признают наиболее удовлетворительными хозяйственную концепцию (49,4%), марку предприятия (43,8%) и образ предприятия (40,2%). В меньшей степени менеджеры удовлетворены такими элементами, как строительство коллектива (37,6%), духа предприятия (37,5%), перспективы предприятия (28,9%),

ценностные представления (26,7%), способ руководства (24,2%), поведенческие нормы (15,8%). Российские руководители отметили общую удовлетворенность культурой компаний, но указали моменты, над которыми необходимо работать: дисциплина (41,5%), сплоченность (35,4%), лояльность фирме (33,5%).

Эти результаты свидетельствуют, на наш взгляд, о том что основываясь на концепции организационной культуры (культуралистского подхода) может быть разработана эффективная система формирования и развития совместных российско-китайских предприятий (ведения совместного бизнеса) – создания системы организационного проектирования совместных предприятий. Однако для этого необходимо решить следующие методологические задачи:

- выбор модели организационной культуры, адекватной рассматриваемой ситуации;

- выбор (разработка) метода оценки влияния на функционирование совместного предприятия социальных характеристик работников (групп работников) и отражения их социального опыта в компонентах организационной культуры;

- разработка методики диагностирования оргкультуры;

- разработка методических рекомендаций по организационному проектированию совместного предприятия.

При решении задачи выбора модели организационной культуры, адекватной рассматриваемой ситуации, целесообразно использовать результаты исследований Е. В. Трушкина, Т. А. Погорельской, О. Г. Переясловой и Н. В. Кондратовой [5; 6], в которых было показано, что в условиях организационного проектирования наиболее целесообразно применять модель организационной культуры Ч. Хэнди [7], которая предусматривает четыре типа организационной культуры: власти, роли, задачи, личности. В совместном предприятии в процессе его создания и развития могут быть представлены различные типы организационной культуры. Важно выяснить, как соотносится тип организационной культуры с эффективностью управления совместным предприятием. Необходимо в динамике идентифицировать

тип организационной культуры и диагностировать её состояние на различных стадиях жизненного цикла совместного предприятия.

Диагностирование организационной культуры в этом случае целесообразно проводить с использованием анкеты Р. Харрисона [8]. Респонденту в этом случае предлагается рассмотреть пятнадцать групп вопросов, состоящих из четырех альтернативных формулировок и отметить формулировки в каждой группе цифрами от 1 до 4 согласно тому, что меньше или больше всего характеризует предприятие в целом. Методика предполагает «двойной замер», то есть вопросник заполняется каждым респондентом дважды. Это позволяет с одной стороны направлять внимание респондентов на собственное восприятие актуальной для компании ситуации, а с другой – на предпочтения в отношении идеальной или желаемой культуры фирмы в будущем.

Определённые методологические трудности представляет выбор (разработка) метода оценки влияния на функционирование совместного предприятия социальных характеристик работников (групп работников) и отражения их социального опыта в компонентах организационной культуры. Применительно к деятельности китайских работников совместных предприятий здесь могут быть использованы результаты исследований социального расслоения китайского общества, имевшего место в последние десятилетия. Наиболее подробно проблемы имущественного расслоения китайского общества исследовал Сюшэн Ян [9]. Его деление китайского общества на пять слоев использовали и другие китайские исследователи [10]. При этом в качестве критерия используются доходы граждан, а также их профессиональная деятельность, их социальное положение и репутация.

Высший слой – это высшие правительственные чиновники, ответственные должностные лица государственных банков и других государственных учреждений центрального уровня, управляющие крупных государственных предприятий или крупных компаний, владельцы крупных и средних предприятий. По оценке Сюшэн Ян [9] их общая численность составляет около 7 млн.

человек (примерно 1% от общего числа всех служащих в КНР).

Верхний средний слой – часть интеллигенции (приблизительно 300 тыс. человек), управляющие средних предприятий (около 7 млн. чел.), высший слой владельцев средних и мелких предприятий (приблизительно 900 тыс.), наемные работники на предприятиях с иностранным капиталом (около 800 тыс.), служащие и рабочие на предприятиях базовых отраслей промышленности. Этот слой составляет около 4,2% от общего числа работающих.

Средний слой – профессиональные технические, научные работники, юристы, преподаватели вузов и средних школ, работники в сфере культуры и искусства, журналисты (в масштабе всей страны этот слой интеллигенции составляет около 30 млн. человек), служащие государственных учреждений (около 11 млн.), низшие слои служащих негосударственных предприятий (примерно 30 млн.), слой владельцев средних мелких предприятий и индивидуальных торговцев и предпринимателей (около 11 млн. человек). Общая численность относящихся в настоящее время в Китае к этому слою по оценке Цзин Чжэ [10] составляет примерно 92 млн. чел. (11,8% от общего числа работающих).

Низший средний слой – постоянно занимающиеся крестьянским трудом (их численность 330 млн. человек), крестьяне, работающие по найму в городе и в деревне (80 млн. чел.), рабочие (120 млн. чел.). Общая численность этого слоя составляет приблизительно 480 млн. человек или 69% от общего числа всех работающих.

Низший слой составляют беднейшие жители города и деревни, как, например, крестьяне, не имеющие земли, безработные и люди, потерявшие работу. Их общее число около 100 млн. или 14% от общего числа работающих.

Количественно степень имущественного расслоения в КНР может быть охарактеризована коэффициентом Джини: индивидуальный доход китайских горожан в 1978 г., т.е. до начала реформ по расчетам Всемирного банка (по [10]) составлял 0,18 и был одним из самых низких в мире; с середины 1980-х гг.

различия в доходах стали быстро увеличиваться и к 2000 г. коэффициент Джини достиг 30,558. Неравномерность в распределении доходов китайских граждан уже достигла весьма высокого уровня.

Нами были проведены опросы граждан КНР, работающих на территории России. Опросы проводились нами в торговых центрах, расположенных в Ростове-на-Дону (рынок «Восточный» («Темерник»)) и Москве (рынки «Черкизовский»; «Сокольники»; «На Пражской»). По состоянию на май 2009 года было опрошено более 420 респондентов. Последовавшее закрытие Черкизовского рынка в Москве не позволило провести исследование полностью, однако определённые результаты представляются достаточно репрезентативными.

Проведенные нами опросы граждан КНР, работающих на территории России в официально зарегистрированных совместных российско-китайских предприятиях, занятых торговлей и другими видами деятельности, в предприятиях формально зарегистрированных российскими учредителями, но связанными фактическими деловыми связями с китайским бизнесом (в т.ч. – имеющих работников – граждан КНР), а также предпринимателей – граждан КНР, работающих на территории России показали, что среди китайских граждан, работающих на этих предприятиях и ведущих предпринимательскую деятельность около 60% составляют выходцы из низшего среднего слоя, около 25% – из низшего слоя, а остальные (около 15%) – из среднего слоя. В настоящее время эти исследования продолжаются и их результаты могут быть положены в основу решения задачи выбора (разработки) метода оценки влияния на функционирование совместного предприятия социальных характеристик работников (групп работников) и отражения их социального опыта в компонентах организационной культуры.

Решение вышеперечисленных задач с использованием описанных методологических подходов позволит создать методику организационного проектирования совместных российско-китайских предприятий, основанную на культуралистском подходе.

Литература

1. Громан Ш. Китайцы оккупируют Россию [Электронный ресурс] / Изучение языков в Интернете – предпосылки и методики. – Электрон. дан. – 2002. – Режим доступа: <http://www.languages-study.com/demography/china-in-russia.html>, свободный. – Загл. с экрана.

2. Гельбрас В. Китайцы в России: сколько их? // Население и общество, 2001. № 45-46.

3. Вэй Ф., Покровская Н. Н. Организационная культура в России и Китае – некоторые аспекты сопоставления // СОЦИС, 2007. №4.

4. Pokrovskaia N. N. Culture normative en regulation du comportement économique / Rapport de recherches post-doctorales. –Paris.:

Universite Paris Dauphine, 2005.

5. Трушкин Е. В., Погорельская Т. А. Организационная культура, как фактор управления знаниями // Вестник ЮРГТУ (НПИ), 2008. № 3.

6. Переялова О. Г., Кондратова Н. В. К вопросу о доминирующем типе организационной культуры в интегрированной бизнес-группе // Вестник ЮРГТУ (НПИ), 2009. № 2.

7. Handy C. Understanding Organizations, 3rd ed. –NYC.: Penguin Books, 1985.

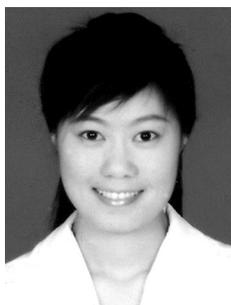
8. Эффективный менеджер. –Жуковский.: МЦДО «ЛИНК», 1995.

9. Сюшэн Я. Всеобщий анализ структуры слоев в современном Китае // СЕВ, 2003. № 3.

10. Цзин Ч. Социальное расслоение в Китае // СОЦИС, 2008. № 11. – С.55-58.

Поступила в редакцию

11 марта 2009 г.



Яо Сун – аспирант кафедры «Экономика и управление предприятием» ЮРГТУ (НПИ), участник исследований по социальным проблемам экономической деятельности иностранцев в России и создания совместных предприятий.

Yao Sung – graduate student of SRSTU (NPI) «Economics and enterprise management» department. Author takes part in the investigations, dedicated to social problems of foreigners' economic activities in Russia, and joint ventures creation.

346428, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, 132
132 Prosveshcheniya st., 346428, Novocherkassk, Rostov reg., Russia
Тел.: (8635) 25-51-54, факс: (8635) 25-56-66, e-mail: yo4261a@hotmail.com