

Интернет-торговля продуктами питания в Китае поддерживается национальными стратегиями и улучшением инфраструктуры. Прямые трансляции и социальные сети играют важную роль в продвижении продуктов. Например, Douyin значительно увеличила продажи сельскохозяйственных товаров.

Таким образом, Китай активно развивает логистику и инфраструктуру для поддержки онлайн-продаж, что позволяет региональным производителям продуктов питания быстро осуществлять их доставку до потребителей, что способствует увеличению доходов фермеров и улучшению доступа к качественным продуктам питания населения Китая.

### **Источник**

1. Бум онлайн и овощи в роли модели: в чем секреты e-commerce в Китае // РБК Тренды. — URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/6242f1e39a794768f855f520?ysclid=m3stel1jyy507058377> (дата обращения: 22.11.2024).

**Гао Фэн**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — О. Ю. Остальцева, канд. экон. наук, доцент*

## **ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ КИТАЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Характерные черты китайского менеджмента формировались под влиянием культурных традиций, государственной политики и уникального сочетания коллективистского подхода и современных методов управления. Китайский менеджмент сохраняет традиции конфуцианства, что проявляется в особом отношении к иерархии, уважении к старшим и подчинении коллективным интересам. В конфуцианской культуре начальник воспринимается не только как руководитель, но и как наставник. Такое отношение находит отражение в управлении, где важную роль играют личные связи и соблюдение корпоративной иерархии. Управление через личные связи называется «гуаньси» [1]. В китайской деловой культуре большое значение имеет понятие «гуаньси» — система взаимных обязательств и связей, которая способствует успешному ведению бизнеса. Руководители активно используют гуаньси для построения доверительных отношений с партнерами, государственными органами и сотрудниками. Это способствует более гибкому управлению, однако иногда затрудняет объективную оценку результатов работы [2].

Государственное регулирование экономики и жесткий контроль со стороны правительственных органов — еще одна характерная черта менеджмента в Китае. Важно отметить, что даже частные компании обязаны соблюдать государственные приоритеты и стратегические цели, что отражается на стратегии управления. При этом во многих крупных корпорациях руководство тесно связано с партийными структурами, что укрепляет централизованность управления.

Китайские организации придают большое значение корпоративной культуре, нацеленной на формирование сплоченной команды, лояльной компании. Уделяется внимание внутренним тренингам и внедрению принципов «сотрудничества ради общего блага». Руководители поощряют сотрудников за участие в коллективной работе, что положительно сказывается на производительности, но иногда ограничивает инициативу отдельных сотрудников.

Фактор, который влияет на культуру китайского менеджмента, — «семейная идея». Она сильно влияет на мировоззрение китайцев, потому что люди подсознательно питают чувство доверия к членам семьи. Культура семейного предприятия похожа на единое здание, а китайская национальная традиция является его крепким культурным фундаментом; она развивалась на основе традиционной древней культуры и особенностей ее различных направлений [3].

Стратегическое планирование в китайском менеджменте предполагает достижение устойчивого роста и укрепление позиций компании в будущем. Такой подход позволяет минимизировать риски, связанные с экономическими и политическими колебаниями.

Таким образом, менеджмент в Китае представляет собой уникальное сочетание культурных и политических факторов, которые формируют особую систему управления. Китайский подход сочетает конфуцианские принципы с инновационными и цифровыми методами, что позволяет стране успешно конкурировать на мировом рынке. Понимание особенностей менеджмента в Китае полезно для компаний, стремящихся вести бизнес в этой стране или сотрудничать с китайскими партнерами, так как знание национальной специфики может способствовать успешной адаптации и повышению эффективности.

### Источники

1. Ван, Х. Конфуцианское влияние на лидерство в бизнесе в Китае / Х. Ван // Журнал восточноазиатских бизнес-исследований. — 2022. — С. 23–31.
2. Ли, Дж. Роль гуаньси в китайском бизнес-менеджменте / Дж. Ли, М. Чжан // Азиатское бизнес-обозрение. — 2022. — С. 102–109.
3. Лю, И. Корпоративная культура и командная работа в китайских компаниях / И. Лю // Журнал организационных исследований. — 2022. — С. 48–55.