

RU

Межкультурное взаимодействие как фактор инновационности (на материалах китайской культуры)

Соломин Д. Н., Кучинская Т. Н.

Аннотация. Цель исследования - выявить формы и принципы межкультурного взаимодействия в рамках построения модели инновационного развития на примере китайских транснациональных корпораций (ТНК). Авторы на основе методики измерения культур Г. Хофстеде определяют параметры инновационности китайской культуры и выявляют способы и формы их сочетаемости с параметрами других культур. Научная новизна исследования заключается в получении новых знаний в области кросскультурного менеджмента, значимых для развития сотрудничества РФ и КНР в области инноваций. В результате доказано, что межкультурное взаимодействие в форме синтеза культурных характеристик по принципу взаимодополняемости, равноправия, доверия и открытости, сохранения разнообразия - фактор повышения инновационности.

EN

Cross-Cultural Interaction as Factor of Innovativeness (by the Material of the Chinese Culture)

Solomin D. N., Kuchinskaya T. N.

Abstract. The purpose of the study is to identify forms and principles of cross-cultural interaction in terms of building a model for innovative development, using the Chinese transnational corporations as an example. Based on G. Hofstede's cultural dimensions theory, the authors determine characteristics of innovativeness peculiar to the Chinese culture and identify ways and forms of their compatibility with characteristics of other cultures. Scientific novelty of the study lies in gaining new knowledge in the field of cross-cultural management, which is important for development of cooperation between the Russian Federation and the People's Republic of China in the field of innovation. As a result, it is proved that cross-cultural interaction in the form of synthesis of cultural features according to the principle of complementarity, equality, trust and openness, preservation of diversity is a factor in increasing innovativeness.

Введение

Актуальность исследования. В связи с возрастающей ролью инноваций в общественном развитии особую актуальность приобретают исследования всесторонней проработки инноватики как отдельной области знания, так и специфики инновационного развития отдельных стран, регионов, городов и фирм. Уникальным в этом контексте является опыт современного Китая, который добился значительных результатов в сфере инновационного развития, сохранив собственную специфику.

Современный этап инновационного развития Китая связан с политической реформой и открытостью Дэн Сяопина (конец 70-х гг. XX в.), давшей толчок китайским предпринимательским инициативам, инновациям и «выходу вовне» китайских предприятий. Некоторые созданные в тот период коммерческие структуры в последствие переросли в глобальные транснациональные корпорации, в их числе: Lenovo, Haier, Huawei, Xiaomi, ZTE, Tencent и др. Открытый характер инновационной системы Китая обуславливает ее формирование с учетом динамики современного мирового социокультурного развития и постоянного взаимодействия и взаимовлияния в условиях межкультурной коммуникации [4; 6]. В результате инновационная модель Китая осуществляет системный переход от модели-реципиента (*taking-model*) – «слепого» копирования западных инноваций – к модели-донору (*giving-model*) – производству собственных инноваций и выводу их на мировой рынок [25].

Современная инновационная система КНР характеризуется как самодостаточная и конкурентоспособная, о чем свидетельствует, в частности, значительное продвижение страны в рейтинге Глобального индекса инноваций с 23 места в 2017 году на 14 в 2020 году [23]. Согласно «Плану научно-технического развития КНР» (2009 г.)

Китай к 2020 году должен был построить «государство инновационного типа», где «научно-технологический потенциал, синтез научных исследований и передовых технологий выступают стимулирующими факторами социально-экономического развития и обеспечения безопасности КНР и всего мира» [3]. В этом направлении были достигнуты важнейшие научно-технологические результаты и произошли парадигмальные сдвиги.

Поиск причин успеха китайской модели инновационного развития выступает важной научной проблемой, ставя перед исследователями ряд вопросов: насколько самобытен, либо универсален опыт инновационного развития Китая?; кроется ли секрет инновационности в китайской культуре?; каковы характеристики инновационности китайской культуры в целом? [1; 2]. В чем секрет успеха китайских корпораций и в чем заключается источник их инноваций – в стратегии управления, корпоративной культуре, культуре лидеров или качестве человеческого потенциала?

Практическая значимость. Описанный круг проблем актуализируется для отечественной науки, в том числе и в связи с практической задачей расширения российско-китайского сотрудничества в сфере инноваций. 2020 и 2021 годы объявлены перекрестными годами российско-китайского научно-технического и инновационного сотрудничества, призванными укрепить взаимодействие России и Китая в данной сфере. В рамках мероприятий поставлена задача формирования «открытой науки» – доказательной научно-технической и инновационной политики двух стран [5].

Теоретическая база и методы исследования. Исходной методологической позицией стало понимание инновации как социокультурного феномена и его культурной детерминированности, выстраиваемое в рамках феноменологических и аксиологических концепций культуры. Согласно аксиологической теории культуры изучение человеческой деятельности в своей основе сводится к исследованию ценностей. Культура и её ценностные императивы выступают одним из факторов инновационности, а её инновационный потенциал варьируется в зависимости от специфических характеристик – культурных различий. Необходимым условием проявления этих культурных различий является межкультурное взаимодействие как имманентное условие развития современной культуры, которое также играет немаловажную роль в производстве инноваций. В данном аспекте инновационная деятельность становится предметом исследования сравнительной культурологии и теорий межкультурной коммуникации.

В целом, взаимовлияние культуры, экономики и инноваций на уровне социальных групп (фирмы, страны, группы стран и т.д.) раскрывается в современной западной научной литературе в различных аспектах в рамках научно-технологических, маркетинговых и культурологических парадигм. Подобные исследования в основном строятся на методике типологии культурных различий нидерландского социолога Герта Хофстеде (Geert Hofstede) [10].

Методика Хофстеде предполагает использование данных анализа национальных культур ряда стран с учетом влияния их ценностных ориентаций на сферы жизнедеятельности исследуемых социальных групп по шести дуальным параметрам: дистанцированность от власти (близкая/далекая) (Power Distance, PDI), коллективизм/индивидуализм (Collectivism vs. Individualism, IND), мужественность/женственность (Masculinity vs. Femininity, MASC), избегание неопределённости (Uncertainty Avoidance, UAV), долгосрочная/краткосрочная временная ориентация стратегического мышления (Long-term vs. Short-term orientation, LTO) и допущение/сдержанность (Indulgence vs. Restrain, IVR). Выделенные шесть параметров имеют количественное выражение в диапазоне от 1 до 120 [13].

Исследование соотношений культурных различий в поиске эффективных инструментов соизмеримости китайской культуры с другими национальными культурами с применением методики Хофстеде обширно применяется в международных междисциплинарных компаративистских исследованиях. Так, ученые М. А. Блюш и Ша Чжэньцюань провели сравнение культур Германии и Китая в контексте кросскультурных маркетинговых исследований [7]; Э. З. Верас и Д. Б. Верас охарактеризовали культуры Китая и Бразилии в контексте выявления различия бизнес-культур двух стран [24]; Э. Т. Лояконо и Линь Хуэйпин сравнили культурные характеристики пользователей интернет-магазинов КНР и США [20], Жисун Е на основе модели Хофстеде провел сравнение культурных ценностей Китая и Японии [22]. Таким образом, в зарубежной науке методика Хофстеде утвердилась как один из продуктивных методов качественно-количественного анализа культурных различий и их влияния на те или иные социальные явления. В отечественной науке подобные исследования относительно Китая и России не проводились. Однако необходимость операционализации методики Хофстеде очевидна в контексте расширения сотрудничества и межкультурной коммуникации двух стран.

Культурные факторы инновационности

Типология организационной культуры по Хофстеде открывает новое направление кросскультурных исследований, нацеленное на анализ взаимосвязи культурных различий и инновационности международных коллективов корпораций. В данном контексте феномен инновации предполагает преобразование идеи (набора культурных ценностей) в конкурентоспособный продукт или услугу. При этом качество и количество инноваций во многом зависит от инновационного потенциала – инновационности (innovativeness), организационной культуры, которая, в свою очередь, определяется характеристиками национальных культур и их взаимодействием. Так, по мнению авторов международного исследовательского проекта Европейского института управления разнообразием,

в культурно гомогенных коллективах инновационный потенциал значительно ниже, а конечный продукт – локализован. Международные культурно-гетерогенные коллективы наиболее способны к инновациям. В исследовании отмечается, что «поиск инновационных идей требует привнесения в дискуссию множества различных точек зрения на проблему, способных генерировать большее число разнообразных решений» [11].

Помимо культурных ценностей и норм, культурные различия могут служить источником интеллектуальных озарений, инициируя генерирование инноваций. Положительное влияние совместной деятельности представителей нескольких культур на инновационные решения отмечается в исследованиях А. Люна и К. Чю [16; 17]. Они подчеркивают, что «более высокий потенциал для творчества и инноваций будет в той команде, в которой объединено множество разнообразных культурных характеристик» [17, р. 736]. Таким образом, одним из способов повышения инновационности коллективов может стать их интернационализация. Однако простой набор характеристик по принципу эклектизма в данном случае не способен выступить фактором инновационности. Из чего следует, что набор культурных характеристик требует определенной структуры, формируемой по принципу недифференцируемой целостности на основе соизмеримости культурных различий, синтеза.

Культурные параметры инновационности китайской культуры (по Хофстеде)

Анализ вышеупомянутых исследований позволил выдвинуть предположение о возможности использования полученных данных для моделирования взаимного дополнения культур в рамках создания международных групп для инновационных разработок на базе транснациональных корпораций. Подобные исследования уже активно ведутся относительно китайской организационной культуры с целью выявления культурных факторов ее инновационности.

Для детального рассмотрения этого вопроса приведем таблицу соотношения культурных показателей нескольких стран по методике Хофстеде [13].

Таблица 1. Оценка культурных параметров по Хофстеде в отдельных странах

| Страна / Критерии по Хофстеде | Дистанция власти | Индивидуализм | Мужественность | Избегание неопределенности | Стратегическое мышление | Допущение |
|-------------------------------|------------------|---------------|----------------|----------------------------|-------------------------|-----------|
| КНР | 80 | 20 | 66 | 30 | 87 | 24 |
| РФ | 93 | 39 | 36 | 95 | 81 | 20 |
| США | 40 | 91 | 62 | 46 | 26 | 68 |
| Япония | 54 | 46 | 95 | 92 | 88 | 42 |
| Бразилия | 69 | 38 | 49 | 76 | 44 | 59 |
| Германия | 35 | 67 | 66 | 65 | 83 | 40 |
| Англия | 35 | 89 | 66 | 35 | 51 | 69 |
| Швейцария | 34 | 68 | 70 | 58 | 74 | 66 |

Согласно представленным данным, китайская культура обладает высоким уровнем показателя «дистанции власти», свидетельствующим о том, что сотрудники не равны в иерархии власти. Отношение подчиненного и начальника имеет тенденцию к поляризации, а у сотрудников отсутствуют стремления, превышающие уровень их должности.

Низкий уровень показателя «индивидуализм» показывает на повышенный коллективизм, в рамках которого выполнение обязанностей и отношения в коллективе строятся по типу семьи, а семья является краеугольным камнем китайского общества. Невыполнение обязанностей – это «потеря лица», которая разрушает репутацию сотрудника и коллектива. Групповые интересы ставятся выше своих собственных.

Средний уровень измерения «мужественность» означает ориентированность на успех.

Низкий уровень по измерению «избегание неопределенности» отражается в восприятии в китайской культуре будущего как чего-то неизвестного, того, что нельзя контролировать.

В то же время свойственный китайской культуре высокий уровень по измерению «долгосрочной ориентации» указывает на наличие прагматичного подхода, поощряющего бережливость и усилия. Это дает возможность легко адаптировать традиции к изменяющимся условиям, проявлять системность и настойчивость в достижении результатов.

Низкий уровень показателя параметра «допущение» показывает, что китайской культуре характерна сдержанность; свойственно представление о том, что их действия сдерживаются социальными нормами поведения.

Таким образом, ключевыми факторами инновационности китайской культуры выступают следующие присущие ей культурные признаки: коллективизм, мужественность и стратегичность мышления.

Способы и принципы моделирования культурных параметров инновационности в условиях межкультурного взаимодействия

Описанный выше сценарий поведения сотрудников вероятен в монокультурной китайской корпорации, однако успешные компании Китая, такие как “Huawei”, “Lenovo”, “Haier” и др., давно осуществляют свою инновационную деятельность в рамках международных коллективов. Так, компания “Huawei” состоит из 180 000 человек, представляющих 160 государств, работает в 170 странах мира. При этом более 70% сотрудников – иностранцы [14]. В “Lenovo” работает более 54000 сотрудников из 60 стран, где 81,4% иностранцы [15] и т.д.

В целях повышения инновационности корпораций с китайским культурным ядром нами используется анализ возможных направлений взаимодополнения культурных характеристик (по Хофстеде) и создания соответствующего синтеза на основе дополняемости культурных различий.

Так, например, китайскую терпимость к власти (80) можно соотнести со значительной высокой дистанцией от власти немецкой культуры (35). Низкий индивидуализм китайской культуры (20) способен сбалансировать английская (89), немецкая (67), американская (91) и швейцарская (68) культуры. Китайскую ориентированность на долгосрочную и прагматическую направленность (87) гармонично дополнит допущение английской (51), американской (26) и бразильской (44) культур и т.д. Подобная модель может быть спроецирована на сферу российско-китайского сотрудничества и может выступить основой разработки способов и принципов кросскультурного менеджмента.

Учет культурных различий может в значительной степени повлиять на выбор модели взаимодействия культур в рамках российско-китайских коллективов и выступить механизмом предотвращения рисков и конфликтов в условиях межкультурной коммуникации. К примеру, ориентированность представителей российской стороны на установление не только рабочих, но и личных отношений может восприниматься китайскими партнерами как нарушение «личного» пространства. Ориентация представителей китайских компаний на успех, соперничество и конкуренцию может создать некомфортную рабочую ситуацию для российских представителей и т.д.

С учетом того, что на инновационность особое влияние оказывают параметры дистанции власти, индивидуализма, мужественности и избегания неопределенности [9], то в системе взаимодействия российской и китайской культуры два последних параметра могут взаимно дополняться. Коррекцию первых двух возможно осуществлять через саморазвитие или подбор конкретных специалистов, а также через включение инокультурного компонента с необходимыми параметрами, согласно методике Хофстеде.

У представленной модели также есть ограничения. Учитывая, что «инновация – это результат человеко-средовых взаимодействий, произведенных через коммуникации его участников, то на индивидуальном уровне знакомство с иностранными культурами, включая и бикультурализм», по мнению А. Люна, У. Мэдакс, А. Галински и Ц. Чу, «часто полезно для творческих и инновационных решений» [19, р. 181]. Однако воздействие диверсификации опыта, основанного на культурной диффузии, может также и негативно отразиться на командной творческой работе. «С одной стороны, воздействие различных идей в культурно смешанных группах может мотивировать человека на разрушение культурных рамок, а с другой стороны, это может создавать конфликты между членами команды» [8, р. 390].

М. Гокловска, Р. Дамиан и С. Мур предлагают криволинейную зависимость между мультикультурализмом и креативностью в рамках диверсифицированной модели. Они утверждают, что «слишком много разностороннего опыта может быть критичным, в то время как слишком малое количество такого опыта не обеспечивает достаточного стимула для инновационных решений». Кроме того, «важным фактором для усиления или подавления атмосферы создания инноваций является умение руководителя управлять ресурсами коллектива в среде диверсификации опыта межкультурного общения» [12, р. 322].

Анализ материалов показывает, что негативная сторона межкультурной интеграции для инновационного развития заключается в том, что культурные различия между членами команд в организации могут привести к снижению сплоченности, усилению конфликтов, проблемам общения и отстраненности от участия, оказывая негативное влияние на цепочку создания инноваций. Эти проблемы, в свою очередь, также могут создавать определенные формы «культурного доминирования», приводящие к тому, что члены «недоминантных» групп останутся «безмолвными». Таким образом, инновационный потенциал разнообразных трудовых ресурсов останется бездействующим.

Исследование А. Люна, С. Лю, Э. Мирон-Спектор, Б. Кох, Д. Чань, Р. Эйзенберг, И. Шнейдер, связывающее воедино культурные нормы и творчество, показало, что представители культур Восточной Азии по сравнению с представителями западной культуры имеют более высокую склонность гармонизировать конфликты и противоречия компромиссами, находя золотую середину [18]. В результате, представители культур Восточной Азии менее вероятно, чем западные участники, смогут пожинать творческие выгоды из парадоксов или противоречий культурных различий. Это происходит потому, что практика гармонизации конфликтов отпугивает сотрудников от участия в интеграции комплексного мышления, использующего конкурирующие элементы напряженности и поиска синтеза одновременно. В доказательство тому, что западные культуры, как правило, одобряют творчество, поддерживая синтез ценностей или практик, А. Мок и М. Моррис установили, что бикультурные азиаты-американцы более творчески активны, чем коренные азиаты [21, р. 385].

Таким образом, особенность китайской культуры, связанная с гармонизацией отношений, является отрицательным качеством в части, касающейся создания атмосферы поиска инновационных решений через парадоксы и противоречия, но в то же время может служить неотъемлемой частью культуры руководителя, способной держать творческие процессы инновационных решений в границах, наиболее эффективно используя результаты межкультурной интеграции.

Заключение

Подводя итог, мы приходим к следующим выводам. Одним из ключевых факторов, повышающих инновационность китайских корпораций, является межкультурное взаимодействие, выстраиваемое по принципу поддержания культурного разнообразия, взаимодополняемости и синтеза культурных параметров субъектов инновационной деятельности. Предложенные способы и принципы составляют основу кросскультурного менеджмента. Следование принципам равноправия, доверия и открытости посредством эффективного лидерства в сочетании с креативностью и инновационными методами, основанными на «управляемом» разнообразии, обеспечивает основу для развития инноваций и конкурентного преимущества международных коллективов китайских транснациональных корпораций.

Важным также является понимание того, что процесс «настраивания» культурных различий в международных коллективах непрерывен и требует постоянного анализа со стороны руководства корпораций, групп или кадровых подразделений. Только в случае адекватной оценки положительных и отрицательных сторон межкультурного взаимодействия в рамках коллективов возможно своевременное сдерживание межкультурных конфликтов и направление их в русло развития инновационного потенциала. Разрабатываемые методики оценки данного потенциала актуальны и практически значимы в свете интенсификации сотрудничества РФ и КНР в области инноваций.

Перспективы дальнейшего исследования: научный дискурс взаимовлияния культуры и инноваций находится в стадии зарождения в отечественной науке и требует разработки методических рекомендаций относительно корректировки способов выявления связей между национальной культурой и инновационной деятельностью, открывая перспективы для дальнейших исследований в данном направлении.

Источники | References

1. Абрамов В. А., Абрамова Н. А. Ценностный потенциал китайского «могущественного культурного государства» в проекциях глобального развития. М.: Восточная книга, 2014. 256 с.
2. Абрамова Н. А. Инновационное развитие современной китайской культуры // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 6 (20). Ч. 2. С. 10-13.
3. Государство инновационного типа [Электронный ресурс]. URL: <http://russian.people.com.cn/31857/92155/6280997.html> (дата обращения: 15.01.2019).
4. Логутова Л. В., Кучинская Т. Н. Инновационный потенциал как фактор устойчивого развития китайского региона // Успехи современного естествознания. 2010. № 8. С. 27-28.
5. Россия и Китай открыли Годы научно-технического и инновационного сотрудничества [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/news/40273/> (дата обращения: 20.09.2020).
6. Щербакова А. А., Кучинская Т. Н. Инновационные модели развития Китая и Европы: сравнительный анализ // Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сборник Восточного центра. 2018. № 21. С. 41-46.
7. Bluszcz M. A., Sha Zhenquan. Cultural comparison between China and Germany based on Hofstede and GLOBE [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/316164506_CULTURAL_COMPARISON_BETWEEN_CHINA_AND_GERMANY_BASED_ON_HOFSTEDE_AND_GLOBE (дата обращения: 15.06.2019).
8. Chiu C., Kwan L. Y., Liou S. The institutional and cultural contexts of creativity and innovation in China // China's Innovation Challenge: Overcoming the Middle-Income Trap / ed. by A. Y. Lewin, M. Kenney, J. P. Murmann. N. Y.: Cambridge University Press, 2016. P. 368-394.
9. Coelho D. A. A study on the relation between manufacturing strategy, company size, country culture and product and process innovation in Europe // International Journal of Business and Globalisation. 2011. № 7 (2). P. 152-165. DOI: 10.1504/IJBG.2011.041830.
10. Compare countries [Электронный ресурс] // Hofstede Insights. URL: <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/> (дата обращения: 10.06.2019).
11. Diversity and innovation: A business opportunity for all [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iegd.org/pdf/Task%203%20-%20Innovation.pdf> (дата обращения: 10.06.2019).
12. Gołowska M. A., Damią R. I., Mor S. The Diversifying Experience Model: Taking a Broader Conceptual View of the Multiculturalism-Creativity Link // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2018. Vol. 49. Iss. 2. P. 303-322. DOI: 10.1177/0022022116650258.
13. Hofstede G., Bond M. H. The Confucius connection: From cultural roots to economic growth // Organizational Dynamics. 1998. Vol. 16. Iss. 4. P. 5-21. DOI: 10.1016/0090-2616(88)90009-5.

14. Huawei Investment & Holding Co., Ltd. 2018 Annual Report [Электронный ресурс]. URL: https://www-file.huawei.com/-/media/corporate/pdf/annual-report/annual_report2018_en_v2.pdf?la=zh (дата обращения: 13.06.2019).
15. Lenovo Group Limited | 2017/18 Diversity & Inclusion Report [Электронный ресурс]. URL: <https://news.lenovo.com/wp-content/uploads/2019/03/Diversity-AND-Inclusion-Report-2018-12-03-update.pdf> (дата обращения: 13.06.2019).
16. Leung A. K.-y., Chiu C.-y. Interactive effects of multicultural experiences and openness to experience on creativity // Creativity Research Journal. 2008. Vol. 20. Iss. 4. P. 376-382. DOI: 10.1080/10400410802391371.
17. Leung A. K.-y., Chiu C.-y. Multicultural experience, idea receptiveness, and creativity // Journal of Cross-Cultural Psychology. 2010. Vol. 41. Iss. 5-6. P. 723-741. DOI: 10.1177/0022022110361707.
18. Leung A. K.-y., Liou S., Miron-Spektor E., Koh B., Chan D., Eisenberg R., Schneider I. Middle ground approach to paradox: Within- and between-culture examination of the creative benefits of paradoxical frames // Journal of Personality and Social Psychology. 2018. Vol. 114. Iss. 3. P. 443-464. DOI: 10.1037/pspp0000160.
19. Leung A. K.-y., Maddux W. W., Galinsky A. D., Chiu C.-y. Multicultural experience enhances creativity: The when and how // American Psychologist. 2008. Vol. 63. Iss. 3. P. 169-181. DOI: 10.1037/0003-066X.63.3.169.
20. Loiacono E. T., Lin Huiping. A Cross-Cultural Comparison of U.S. and Chinese Website Customers [Электронный ресурс] // Journal of International Technology and Information Management. 2005. Vol. 14. № 1&2. P. 52-70. URL: <https://scholarworks.lib.csusb.edu/jitim/vol14/iss1/5> (дата обращения: 10.03.2021).
21. Mok A., Morris M. W. Asian-Americans' creative styles in Asian and American situations: Assimilative and contrastive responses as a function of bicultural identity integration // Management and Organization Review. 2010. Vol. 6. Iss. 3. P. 371-390. DOI: 10.1111/j.1740-8784.2010.00190.x.
22. Ryh-song Yeh. On Hofstede's Treatment of Chinese and Japanese Values // Asia Pacific Journal of Management. 1988. Vol. 6. № 1. P. 149-160. DOI: 10.1007/BF01732256.
23. The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation? [Электронный ресурс] / ed. by S. Dutta, B. Lanvin, S. Wunsch-Vincent. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf (дата обращения: 10.03.2021).
24. V́eras E. Z., V́eras D. B. Cultural Differences between Countries: The Brazilian and the Chinese Ways of Doing Business // RISUS. Journal on Innovation and Sustainability. 2011. Vol. 2. Iss. 2. P. 77-83. DOI: 10.24212/2179-3565.2011v2i2p77-83.
25. Xianming Ye. Introduction: Building Contemporary Chinese Culture in the Context of Globalization // Social Sciences in China. 2008. Vol. 29. № 4. P. 174-175. DOI: 10.1080/02529200802500508.

Информация об авторах | Author information



Соломин Дмитрий Николаевич¹
Кучинская Татьяна Николаевна², д. филос. н., доц.
^{1,2} Забайкальский государственный университет, г. Чита



Solomin Dmitry Nikolaevich¹
Kuchinskaya Tatiana Nikolaevna², Dr
^{1,2} Transbaikal State University, Chita

¹ sdn75rus@gmail.com, ² kuchinskaya_t@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 15.07.2019; опубликовано (published): 30.06.2021.

Ключевые слова (keywords): культурные факторы инновационности; методика измерения культур Хофстеде; синтез культурных различий; транснациональные корпорации КНР; кросскультурный менеджмент; cultural factors of innovativeness; Hofstede's cultural dimensions theory; synthesis of cultural differences; transnational corporations of the People's Republic of China; cross-cultural management.