

Исследование трудовой мотивации молодых женщин-сотрудниц на современных китайских предприятиях

Научный руководитель – Осеев Александр Александрович

Ван Пэйвэнь

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра экономической социологии и маркетинга, Москва, Россия

E-mail: w15754540560@qq.com

Развитие экономики, общества и культуры Китая в последние годы, всесторонняя популяризация образования и подъем феминизма в цифровую эпоху привели к росту самосознания молодого поколения китайских женщин[4;5], определенным изменениям в их ценностях и потребностях[6], а также к появлению новых и более глубоких идей и планов в отношении своей карьеры.[1;7] В связи с изменениями в потребностях и ценностях постепенно меняется и метод мотивации женского коллектива на предприятиях. Сотрудники являются ядром предприятия, поэтому вопрос о том, как их мотивировать, создавать более подходящую культуру внутри предприятия – остается важной темой исследований в области управления предприятием. В данном исследовании анализируется мотивация молодых сотрудниц на современных китайских предприятиях на фоне классических западных теорий мотивации и уникального исторического и социального фона и ценностей Китая.

Предприятия состоят из работников, которые во многом определяют конкурентоспособность и его долгосрочное развитие, и женщины являются важной частью рабочей силы. В последние годы правительство Китая продолжает уделять внимание занятости женщин, поддерживая их долю в рабочей силе на уровне более 40 %, как показано на рисунке 1.[9] В Китае, благодаря быстрому развитию общества, всесторонней популяризации образования и распространению Интернета, самосознание молодого поколения китайских женщин растет, а статус женщин постепенно повышается. С развитием восточноазиатского феминизма (например Ли Сяоцзян (Китай)[8], Чизуко Уэно (Япония)[4] и другие женщины-ученые) самовосприятие молодого поколения китайских женщин постепенно выходит за рамки традиционной патриархальной структуры, и все больше молодых женщин стремятся к собственной субъективности и осознанию собственной самооценности.

Под термином «молодые женщины-сотрудницы» в данном исследовании понимаются женщины, родившиеся после 1990 года, большинству из которых в 2025 году будет меньше 35 лет. Эта группа сотрудников очень молода и является ключевым талантом для организации, играющим жизненно важную роль в будущем её развития.

Цель: Проанализировать мотивацию женщин-сотрудниц в современных китайских компаниях в контексте традиционных теорий мотивации.

Методология: Материалом для исследования послужили открытые данные о практике мотивации сотрудников в некоторых китайских компаниях, внутренние отчеты компаний и публичные документы правительства Китая. Материал анализируется в совокупности с классическими теориями мотивации (материальное стимулирование Тейлора, теория иерархии потребностей Маслоу, двухфакторная теория Герцберга). Для анализа компаний использовались теоретические и практические общелогические методы: сопоставительный анализ, синтез, обобщение, индукция, дедукция.

Результаты: Современные китайские предприятия начали осознанно внедрять специальные, новые и гибкие стимулы для молодых женщин-сотрудниц, но они все еще находятся на начальном этапе и должны вкладывать больше ресурсов в их постоянное развитие и

совершенствование. Выявлены: 1. Ограниченные материальные стимулы и недостаточные нематериальные стимулы. 2. Системе мотивации не хватает определенности и дифференцированных стимулов. 3. Сексизм в системе продвижения и недостаточная психологическая поддержка. 4. Отсутствует продуманная система охраны труда и целевых льгот для женщин.

Выводы: Современные предприятия в Китае все еще имеют определенное отставание в мотивации женского персонала и не могут удовлетворить их потребности на современном этапе.[2;3] Для эффективной мотивации молодых сотрудниц необходимо в первую очередь учитывать особенности самих сотрудников, уделять больше внимания их уникальному социальному положению и современным требованиям, в свою очередь, позволит разработать научно обоснованную, гибкую и ориентированную на человека систему мотивации, соответствующую новым вызовам времени.

Источники и литература

- 1) Лукъянцева П.А. Феминизм и социальное положение женщин в Японии: история и современность // Женщина в российском обществе. 2022. №S1.
- 2) Данилевская Н.В., Ху Сяосюэ. Русская и китайская «Успешная женщина»: восприятие и толкование современниками // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2014. №3 (27).
- 3) Цыпилова С.С. Положение женщины в современном китайском обществе // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Филология, история, востоковедение. 2015. №2 (61).
- 4) Чизуко Уэно. Мизогиния: женская неприязнь в Японии. (Китайское издание) // Шанхайский книжный магазин «Санълянъ», 2015.
- 5) Ma Rongrong. Исследование гендерной дискриминации в сфере занятости китайских женщин // Северо-Восточный университет финансов и экономики, 2012. DOI:CNKI:CDMD:2.1012.307373.
- 6) Jiang Meihua, Chai Lihong. Изменение карьеры женщин, работающих в сфере деловых услуг // 18-я ежегодная конференция китайской социологии «30 лет реформ и открытости и развитие женщин» Форум. 2025 №02.
- 7) Liang Yun. Мизогиния в романе Хан Кан «Вегетарианец» // Мир комедии: В, 2023, № 5, pp. 85-87.
- 8) Li Xiaojiang. Академические вопросы женщин/гендера // Шаньдунское народное издательство, 2005.
- 9) Источник: «Ежегодник статистики труда Китая». URL: https://www.stats.gov.cn/zs/tjwh/tjkw/tjzl/202302/t20230215_1908005.html, <https://www.mohrss.gov.cn/ImportedImageFile/27110316153762520791.pdf>

Иллюстрации



Рисунок 1: Процент занятых женщин в Китае, 2019-2023 гг.¹

Рис. : Процент занятых женщин в Китае, 2019-2023 гг.