

**Китайская бизнес-культура как объект научного анализа**

**Ковалев Сергей Михайлович**

*Студент (бакалавр)*

Забайкальский государственный университет, Факультет экономики и управления, Чита,  
Россия

*E-mail: sergo-21-95@mail.ru*

Эффективность китайской экономики на протяжении вот уже более 20 лет обуславливает его восприятие в мире как пространства для ведения бизнеса. При этом успешность переговорного процесса во много определяется пониманием специфики китайского делового этикета. Актуальность темы настоящей работы также определяется тем, что в настоящее время Китай является одним из главных партнеров России, и успешность ведения бизнеса между нашими странами будет способствовать дальнейшему укреплению отношений стратегического партнерства.

Специфика китайского делового этикета определяется, прежде всего, уникальностью его традиционной культуры, неотъемлемыми характеристиками которой являются: следование ритуалу (li), сохранение национальной исторической традиции, чувство превосходства всего китайского, строгая общественная иерархия, культ практической пользы и др.

Говоря о специфике китайской бизнес-культуры, нельзя не отметить и такую особенность китайского менталитета, как стратагемность мышления. По представлениям китайцев, стратагемы являются «корнем десяти тысяч вещей». Стратагемность - одна из значимых характеристик китайского сознания и мышления, которая помогает добиваться целей, решать задачи, справляться с трудностями. Так, например, стратагема «объединиться с дальним врагом, чтобы уничтожить ближнего» заключается в понятии китайский «друг» - это временный тактический партнер, который перестает им быть, как только он окажется по какой-либо причине невыгоден [3].

Таким образом, очень часто даже благоприятные переговорные контакты не гарантируют того, что все договоренности будут выполнены в будущем. Цель бизнеса по-китайски всегда ориентирована на получение прибыли, но притом не сиюминутно и не любым путем [2].

Традиционно считается, что главными факторами для ведения успешных переговоров в Китае являются: личные связи (guanxi), социальный статус, хорошие личные отношения, целостное мышление, бережливость, сохранение «лица».

1. Личные связи. Китайцы уделяют большое внимание общественной значимости индивидуумов, которые входят в число их друзей, родственников, близких знакомых. Хороший «guanxi» обуславливается тщательной системой взаимного обмена услугами. Это не означает сиюминутной отдачи «долга». Одолжения помнятся и возвращаются, хотя и не сразу. Этот долговременный обмен услугами является фундаментом прочных личных отношений. Забыть про сделанное одолжение - значит не просто обнаружить дурные манеры, это просто аморально. Если кого-то назовут «wang' en fuyi» (человек, который забывает о сделанных одолжениях), то деловая репутация будет испорчена навсегда.

2. Социальный статус. Китайские бизнесмены руководствуются формальными правилами. Следует помнить, что Китай это страна где по-прежнему сильны конфуцианские ценности повиновения и почтительного отношения к вышестоящим. В определенный момент логика переговорного процесса может потребовать личной встречи руководителей фирм. Китайские руководители высшего уровня не будут торговаться, их нельзя убедить

или уговорить поменять условия сделки. Это просто не их роль.

3. Хорошие личные отношения. Такие китайские поговорки, как «человек без улыбки не должен открывать магазин», «покладистый характер и дружелюбие порождают деньги» многое говорят о важности гармоничных отношений между партнерами по бизнесу. В США первое представление о человеке занимает минуты. В Китае оно может длиться днями, неделями, даже месяцами, включает домашние визиты, приглашения на спортивные мероприятия, длительные совместные обеды, во время которых обсуждается все, кроме бизнеса.

4. Целостное мышление. Как уже говорилось, для китайцев присуще целостное мышление, в то время как представители западной культуры мыслят последовательно, разбивая процесс переговоров на серию небольших вопросов: цена, количество, гарантия, доставка и так далее. Китайцы говорят сразу обо всем, перескакивая с одного вопроса на другой. Так что следует быть готовым к тому, чтобы обсуждать все вопросы одновременно и в случайном порядке.

5. Бережливость. Жители Поднебесной идут на уступки по цене с большим нежеланием и только после длительных дискуссий. Они - большие мастера в использовании, например, молчания в качестве переговорной тактики. В таком случае другая сторона переговоров остается в неловкой позиции, которая вынуждена задавать вопросы - напрямую или через посредника. Настойчивость и молчание китайцев - грозное оружие против нетерпеливости и говорливости.

6. Сохранение «лица». В деловой культуре Китая репутация человека и его социальное положение строится на «сохранении лица». Если представители Запада вольно или невольно стали причиной замешательства своего китайского партнера, или потери им самообладания, то, скорее всего, это губительно для деловых переговоров. «Лицо» определяет место китайца в окружающем его социуме, является самым важным критерием социальной ценности человека. Богатство, ум, внешняя привлекательность, какие-либо уникальные умения, должность и, конечно, хорошие связи, - вот основные составляющие того или иного «лица» [1].

В настоящее время, когда Китай в полной мере раскрылся внешнему миру, деловой этикет приобретает все большее значение, особенно в контексте международных отношений. Однако, несмотря на влияние западных тенденций и процессов глобализации на Китай, китайская деловая культура сохраняет в себе все те ценности, которые были присущи китайскому обществу на протяжении многих веков. Подводя итог можно сказать, что ключом познания этой страны и её бизнес-культуры является изучение китайских традиций, культуры и современного делового этикета. Только постоянное внимание к национальным традициям Китая, понимание основ культуры древнейшей в мире цивилизации, восприятие специфичных китайских подходов к бизнесу способны привести к успеху в этой великой и стремительно развивающейся стране. Исследование культурно обусловленных практик ведения бизнеса значимо, как для Китая, так и для зарубежных партнеров, поскольку в условиях глобализации и интеграции все участвующие стороны заинтересованы в обеспечении здоровой и гармоничной бизнес среды.

#### Источники и литература

- 1) Галеева А.А. Китайская культура ведения бизнеса: особенности переговорного процесса // Культура в современном мире. М, 2013. С. 6-11.
- 2) Девятов А., Бизнес с китайцами. М., 2013.

3) Magazeta.com: <http://magazeta.com/2013/03/stratagems-3/>