

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ В КИТАЕ И СПЕЦИФИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КИТАЙСКИМИ ПАРТНЕРАМИ***

В статье дается краткая характеристика понятия «предпринимательская этика», рассматриваются её виды и факторы, влияющие на её формирование. Выделяются особенности взаимоотношений с бизнес партнерами из Китая. В работе даны рекомендации по выстраиванию партнерских отношений с китайскими партнерами с точки зрения их менталитета и общественного сознания.

Ключевые слова: предпринимательская этика, деловая этика, взаимоотношения с китайскими партнерами, особенности ведения бизнеса с китайцами.

Деловая этика – это один из важнейших элементов предпринимательской культуры.

Развитие рыночных отношений в стране неизбежно ведет к возникновению вопросов бизнес-этики, являющейся такой же важной частью успешного функционирования фирмы, как эффективность производства и реализация принципов социальной ответственности [1].

Этические нормы, в отношении бизнеса, представляют собой ряд признаков поведения людей, занятых предпринимательской деятельностью в различных сферах экономики [5].

Само понятие предпринимательской этики базируется на основных правилах поведения и морально-этических нормах, сложившихся в мире. Однако, на формирование этики предпринимателя, большое влияние оказывают ещё общественное сознание (менталитет) и общественное отношение, выражающееся в одобрении массами проявления ответственности бизнесмена перед своими стейкхолдерами.

Общий и поверхностный анализ организационной этики фирм чётко делит их на американские, европейские и азиатские. Каждый из вышеописанных типов обладает отличительными особенностями. Так, например, европейские компании считаются наиболее забюрократизированными, предсказуемыми в плане принятия решений и отличающимися высоким уровнем культуры отношений. Американские фирмы, в свою очередь, пропагандируют принцип «открытых дверей» и анформализацию. Рассматривая специфику этики азиатских компаний, можно говорить об особенностях внутренних взаимоотношений, строгой регламентации и медленном, взвешенном принятии решений.

* Куник Арина Павловна – студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: a_kunik@mail.ru

** Колесникова Елена Валерьевна – преподаватель, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: ulyanenko.helen@gmail.com.

*** По материалам научно-практической конференции 2017 года «Совершенствование механизма хозяйствования: состояние и проблемы».

Конечно же, не следует забывать, что у каждой страны, в силу особенностей исторического развития, социального устройства и даже религиозных составляющих, складывается своя собственная, уникальная система предпринимательской этики. Для того, чтобы наиболее успешно и плодотворно работать с «фирмами – иностранцами», необходимо глубокое изучение культуры, обычаев и особенностей, формирующих предпринимательскую этику потенциального партнера.

Изучение показателей экономической активности стран за последние несколько лет, позволяет сделать вывод, что наиболее приоритетным, с точки зрения развития предпринимательских взаимоотношений, регионом, является Китай. В последнее время, страна существенно укрепила собственные позиции на мировой бизнес-арене.

Для России сотрудничество с Китаем имеет особую значимость. Это обусловлено географическим месторасположением и близким политическим курсом. Вопросы ведения бизнеса с Китаем давно интересуют экономическую общность России. Старший советник МИД РФ Б. А. Шестаков в своей статье «Китай в зеркале делового этикета» отмечает, что по оценкам экспертов, Китай станет крупнейшим рынком мира уже в 21 веке, а рынки других стран будут бороться за право его обслуживания. Также, он, в своей статье рассматривает необходимость экономико-этической основы бизнеса, отмечая одинаковую важность обеих составляющих [3].

Китай является достаточно самобытной страной, однако, его жители пытаются адаптироваться к общеустановленным правилам предпринимательства и европейскому этикету. Несмотря на это, у китайцев сохраняются определенные особенности в этих сферах, рассмотрим некоторые из них более подробно:

1) Приветствие и знакомство.

При знакомстве уместен и желателен обмен визитками, которые, чаще всего, являются двусторонними – на китайском и русском языках. Подавать и брать визитную карточку следует обеими руками. Во время знакомства нужно вести себя учтиво и сдержано, избегая улыбок и придерживаясь официального тона.

Обращаться к партнеру принято по фамилии, с добавлением – «господин» или «госпожа» перед ней. Также, допустимо использование официального титула или должности, затем фамилии. На «вы», в Китае, обращаются только к незнакомцам или пожилым людям, на «ты» исключительно к близким друзьям и родственникам.

При встрече, в Китае, принято обмениваться рукопожатием или легким кивком. Особенностью является то, что первым всегда здоровается старший по возрасту. Телесные контакты между малознакомыми партнерами, будь то объятия, поцелуи или похлопывания по плечу, воспринимаются китайцами крайне негативно. В особенности, если речь идет о женщинах – в Китае не принято подавать дамам руки, открывать перед ними двери и уступать им место. Для них, также, запрещены употребление спиртного и курение в организациях [4].

2) Специфика общения.

Важно запомнить, что сильнейшей ошибкой, которую можно допустить при общении с китайцем, является его прилюдное оскорбление или обман. Подобное станет поводом для мести, потому как китайцы злопамятны и крайне импульсивны. При этом, обман или оскорбление китайца без свидетелей, будет воспринято им как свидетельство вашего ума в первом случае и как доказательство внутренней силы – во втором.

3) Подарки.

В Китае принято дарить сувениры. Однако, важно помнить, что в случае с деловым презентом, его следует дарить компании в целом, а не конкретному человеку.

Дарят и принимают подарок двумя руками, что является символом уважения. От подарка могут учтиво отказываться, в таком случае, следует настоять, пока получатель его не примет.

Не следует дарить ничего, что ассоциируется с цифрой 4, режущие предметы, букеты из нечетного количества цветов, подарки белого цвета.

Презент не принято открывать в присутствии дарителя. Поэтому, в момент получения, достаточно просто выказать благодарность [4].

4) Деловой этикет в Китае.

Жители Китая очень внимательны к тому, чтобы деловые отношения были строго формализованы и исключали близкие контакты. Это объясняется тем, что для Китая характерно четкое разграничение личного общения и бизнеса. В этом, пожалуй, заключается главное отличие от практики ведения бизнеса в России, где бизнес-партнеры могут быть приятелями. Пытаться расположить к себе китайца путем личного общения, во время деловых встреч, не стоит, потому как в иностранных партнерах китайцы видят исключительно представителя заинтересованной компании, но никак не личность. Тем не менее, за пределами зала переговоров, китайцы стремятся наладить дружественные отношения с иностранцами, и, несмотря на кажущееся нам двуличие, делают это абсолютно искренне.

Китайские партнеры всегда ищут подтверждения благонадежности фирм, стремящихся вступить с ними в деловые отношения, поэтому важны хорошие рекомендации об организации. Также, уместно будет воспользоваться услугами специальных фирм-посредников, которые смогут грамотно представить организацию потенциальному китайскому партнеру, а также, выступят гарантом сделок с партнерами и поручителями в будущем.

Китайцы очень скрупулёзны, они не принимают решений, пока досконально не изучат вопрос, кроме того, в Китае очень сложный бюрократический аппарат, требующий больших временных ресурсов для согласования необходимых вопросов. Исходя из этого, нужно запастись терпением, при работе с Китайскими партнерами, потому как любой проект, реализация которого так или иначе зависит от китайской стороны, займет в разы больше времени.

Важные встречи нужно планировать за несколько месяцев, опоздание на нее – прямое оскорбление партнера. На переговорах важную роль играет ранг, поэтому на встречу с китайскими партнерами лучше отправляться главе компании, а не его заместителям или доверенным лицам [2].

Предприниматели из Китая очень осторожны в бизнесе, поэтому поиск делового партнера в Китае несколько затруднен. Любое предложение о сотрудничестве от европейца, с большим процентом вероятности, воспримется китайцем как подвох, который нужно обернуть в свою пользу. Поэтому хорошим способом поиска бизнес-партнеров в Китае, является сотрудничество с консультационными и переводческими фирмами, много лет работающими на интересующем рынке. Их опыт, зачастую, ограждает бизнесмена от профессиональных аферистов, которые в большом количестве присутствуют на деловом рынке Китая.

Список использованной литературы

1. Психология и этика делового общения : учеб. для вузов / под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Юнити-Дана, 2005. – 415 с.
2. Савкин К. Переговоры с азиатскими партнерами – бизнес с Китаем // Электронный портал «Экспертный блог Савкина». – Режим доступа: <http://www.savkinks.ru/asia-business-peregovor.htm> (24. 03. 2017).
3. Шестаков Б. А. Китай в зеркале делового этикета / Б. А Шестаков // Секретарь-референт. – 2010. – № 11.
4. Электронный портал «Экспортеры России» – Режим доступа: <http://m.rusexporter.ru/business-etiquette/407/> (24. 03. 2017).
5. 5) Электронный портал «Энциклопедия экономиста» – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/socialnaya-otvetstvennost.html> (24.03.2017).