

ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ КИТАЙЦЕВ ПРИ ВЕДЕНИИ БИЗНЕСА С ИНОСТРАННЫМИ ПАРТНЕРАМИ

М.В. Молодянова, Е.В. Скребец, 2 курс

Научный руководитель – Э.Н. Каленчук, старший преподаватель

Полесский государственный университет

На протяжении нескольких десятков лет Республика Беларусь тесно сотрудничает с КНР в таких сферах как экономика, наука, культура. Белорусские представители малого и среднего бизнеса активно сотрудничают с китайскими партнерами. Продвигая свой бизнес в Китайскую Народную Республику, белорусские бизнесмены, владеющие недостаточными знаниями об особенностях китайского менталитета и вековых традиций народов Китая, могут столкнуться с серьезными трудностями при подписании контрактов с азиатскими партнерами.

Несомненно, каждая нация имеет свою специфическую культуру, свою систему знаков, символов, обычаев, нравственных ценностей. Выстраивая отношения с народом Китая, необходимо учитывать, что менталитет обычного китайца проявляется в том, что он нетороплив в суждениях, выводах, старается контролировать свое мышление и не искать прямых путей в решении каких-либо вопросов, в нем сильно развито чувство долга. [3, С. 8]. Китайцы очень дисциплинированы, настойчивы и обладают определенным упорством, терпением, порой перерастающим в фанатизм, завышенной самооценкой и, несомненно, патриотизмом.

Рассмотрим основные и наиболее распространенные модели поведения китайцев в сфере предпринимательства, а также стереотипы этого поведения, с учетом которых можно разработать более выгодную стратегию при подписании контрактов в сфере бизнеса.

Самым важным правилом для иностранца, ведущего бизнес с китайцами, должно быть правило «не дать китайцу «потерять лицо» [1, С. 70]. Это выражение следует сравнить с фразой не дать «упасть в грязь лицом». Китайцы очень щепетильно относятся к данному правилу, т.к. для представителя этой нации понятие «лица» - явление более сложное. Оно отражает общественную оценку того, насколько данный человек соответствует существующим социальным нормам. Данное понятие характеризует его социальное положение, способность личности соответствовать не столько внутренним нормам, сколько внешним нормам общества [1, С. 105].

Непреклонность в переговорах с иностранными компаньонами – еще одна черта азиатов [2, С. 105]. Ни один китаец не будет соглашаться на менее выгодные условия для себя, поэтому время переговоров может быть весьма продолжительным, что, как правило, зачастую приводит не только к потере времени, срыву контрактов, но и к потере денежных средств.

Китайский менталитет трудно понять, не учитывая языковых традиций, которые играют в его формировании огромную роль. Некоторые лингвисты считают, что любой язык вообще определяет менталитет людей, говорящих на нем [3, С. 6]. К сожалению, небольшой процент бизнесменов в Беларуси владеет китайским языком. Китайцев, которые владеют английским языком на хорошем уровне, тоже не так много, поэтому привлечение переводчиков на переговоры является обычной практикой в сфере бизнеса [4]. Конечно, знание китайского языка самим бизнесменом, ведущим переговоры и заинтересованным в получении контракта, дало бы возможность установить более доверительные отношения с китайскими партнерами по бизнесу, ведь думать по-китайски – это

значит: думать метафорами, типовыми ситуациями, которые находятся в сознании в форме пословиц, поговорок, устойчивых словообразований [3, С. 8].

Подход, которым руководствуются все китайцы - это «отложить проблему в долгий ящик» в надежде, что вопрос решится сам собой [4]. Используя такую тактику ведения переговоров, китайцы понимают, что вы потратили много сил, денег и времени на то, чтобы приехать в Китай, и не хотите вернуться обратно, не подписав контракт. С этой целью во время ведения диалога китайские партнеры намеренно могут вести себя якобы безразлично к успеху или неудаче иностранных партнеров, выдвигать жесткие условия, неприемлемые для противоположной стороны. Это, так называемая, тактика изматывания: переговоры затягиваются с целью вызвать реакцию нетерпения и раздражения у иностранного партнера. [5, С. 4]

В Китае существует такое понятие, как «китайское качество», но не все понимают, почему китайцы производят товары низкого качества [2, С. 232]. Это можно объяснить тем, что массовое производство в Китае часто осуществляется без прямого контроля со стороны зарубежного клиента, и в этих условиях единственным полноценным участником процесса обеспечения качества продукта в Китае становится сам же Китай, что естественно не может не отразиться на качестве производимой продукции.

В процессе ведения переговоров китайцы приглашают иностранных партнеров в ресторан, зачастую совмещая переговоры с последующим приемом пищи. Отказ от участия в данном мероприятии может быть воспринят китайскими партнерами как неуважение к устоявшимся правилам, так как обеды в Китае считаются обязательной частью переговорного процесса [4]. Данная традиция рассчитана на незнание иностранцами китайского застольного этикета, что в результате дает возможность китайцам добиться выгодных условий контракта или дополнительных поправок в договорах [2, С. 200].

Несмотря на этнокультурные различия сегодня, в XXI веке, Беларусь и Китай являются стратегическими партнерами, которым в условиях глобализации приходится решать во многом сходные задачи развития экономики, науки, культуры, выстоять перед вызовами мирового сообщества, которое не приемлет такого стремительного развития Китайской Народной Республики.

Белорусские бизнесмены, изучающие культуру и язык Китая, осуществляющие торговые и экономические связи с представителями данной нации, должны в обязательном порядке принимать во внимание особенности китайской психологии, использовать знания о менталитете, обычаях и традициях Китая с целью выстраивания эффективной коммуникации.

Список использованных источников

1. Колесов Е.В. Китаец / Е.В. Колесов. – М.: Издательство «Э», 2017. – 320 с.
2. Маслов А.А. Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения / А.А. Маслов. – М.: РИПОЛ классик, 2010. – 288 с.
3. Научная статья Менталитет китайцев и реформы ДЭН СЯОПИНА URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23420674>
4. Laowaicast [Электронный ресурс] : подкасты о жизни в Китае : подкаст. 2015. – № 153 – 163, URL: <http://laowaicast.ru/>
5. Научная статья: Деловой этикет в Китае. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25483442>