

УДК: 339

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ С КИТАЕМ

Журавлева Е. С.¹, Кузьмина А. Р.¹

¹ Пензенский государственный университет, Россия, Пенза, e-mail: elenajuravleva2003@mail.ru arihannakkuzmina@mail.ru

Рассматриваются подходы к изучению стратегий ведения переговоров и их кросскультурного аспекта, сосредотачиваясь на особенностях китайской деловой этики. Китайская деловая этика формируется на основе сложного синтеза философских и культурных традиций, а также религиозных убеждений. Эти факторы определяют стратегию переговоров и проявляются в бизнес-дискурсе. В статье представлены тактические приемы ведения переговоров, описана китайская модель переговорного процесса и тактики. Сотрудничество с западными странами влияет на бизнес-коммуникацию представителей китайских компаний, но изменения скорее поверхностны, чем фундаментальные. Национальный стиль ведения переговоров в Китае существенно отличается от западного, и понимание этих различий помогает избежать ошибок и построить успешные долгосрочные отношения.

Ключевые слова: культурные аспекты, деловые переговоры, деловая этика, Китай, бизнес в Китае, коммуникация, уважение традиций, подготовка, китайский бизнес.

NATIONAL PECULIARITIES OF BUSINESS NEGOTIATIONS WITH CHINA

Zhuravleva E. S.¹, Kuzmina A. R.¹

¹ Penza State University, Russia, Penza, e-mail: elenajuravleva2003@mail.ru arihannakkuzmina@mail.ru

Approaches to the study of negotiation strategies and their cross-cultural aspects are considered, focusing on the peculiarities of Chinese business ethics. Chinese business ethics is shaped by a complex synthesis of philosophical and cultural traditions, as well as religious beliefs. These factors determine the negotiation strategy and are manifested in business discourse. The article presents tactical techniques for conducting negotiations and describes the Chinese model of the negotiation process and tactics. Cooperation with Western countries influences business communication between representatives of Chinese companies, but the changes are more superficial than fundamental. The national style of negotiation in China differs significantly from the West, and understanding these differences helps to avoid mistakes and build successful long-term relationships.

Key words: cultural aspects, business negotiations, business ethics, China, business in China, communication, respect for traditions, preparation, Chinese business.

В мире глобальных бизнес-отношений Китай играет значительную роль, и понимание национальных особенностей деловых переговоров с этой страной имеет важное значение для успешного ведения бизнеса. Культурные различия, традиции и особенности коммуникации являются ключевыми аспектами, которые следует учитывать при ведении деловых переговоров с китайскими партнерами. Подготовка к деловым встречам и уважение китайских традиций играют решающую роль в формировании долгосрочных и взаимовыгодных отношений с представителями китайского бизнес-сообщества. В данном контексте изучение национальных особенностей деловых переговоров с Китаем становится важным инструментом для успешного ведения бизнеса в этой стране [3, с. 450].

В процессе написания статьи использовались такие методы, как анализ, сравнение, обобщение, системный метод.

Особое значение для России как евроазиатской страны имеет активизация внешнеэкономического сотрудничества с Китаем.

Стиль ведения переговоров с китайскими партнерами отличается длительностью – от нескольких дней до нескольких месяцев. Это объясняется тем, что китайцы никогда не принимают решений без досконального изучения всех аспектов [3, с. 450].

Если вы хотите сберечь свое время и сократить сроки проработки вашего предложения, направьте его подробное и конкретное описание за 3–4 недели до командировки.

Первичный контакт с потенциальными китайскими партнерами нередко возможен только через посредника. Им может быть лицо, с которым они лично знакомы. Для китайцев большое значение имеют связи, отношения, контакты, которые устанавливаются и поддерживаются ими на личностном уровне [3, с. 450].

Успех переговоров уже на первом этапе зависит от того, насколько удастся убедить партнера в реальных преимуществах сотрудничества с вами. Поэтому в состав участников переговоров необходимо включить высококвалифицированных специалистов, способных на месте решить технические вопросы, а также хорошего переводчика, знающего специфические термины вашего дела.

Затем начинается коммерческий этап переговоров. Китайские компании имеют, как правило, хорошо подготовленных в коммерческом отношении и опытных кадров, располагают обширной конъюнктурной информацией и в процессе переговоров часто ссылаются на прежде заключенные с большой выгодой для себя контракты [3, с. 451].

Рукопожатие является самой популярной формой приветствия в Китае, вопреки распространенному мнению о том, что китайцы приветствуют друг друга поклоном, сложив ладони вместе на уровне груди. Хозяин является инициатором рукопожатия в начале встречи, однако по ее завершении первым протянуть руку для прощания должен гость. Поклон по-прежнему используется лишь в ряде сельских районов Китая, а также во время семейных встреч, особенно во время больших праздников, таких как китайский Новый год. Принято одной рукой накрыть другую на уровне груди и перемещать сложенные таким образом руки вверх и вниз [4, с. 21].

Человек, занимающий более высокое положение или старше по возрасту, как правило, проявляет инициативу в процессе рукопожатия. В этом случае ответная сторона использует обе руки в знак приветствия.

Рукопожатие не должно быть излишне долгим или очень быстрым, оно должно быть простым и легким, не слишком энергичным.

На протяжении встречи поддерживайте ненавязчивый зрительный контакт, старайтесь выглядеть дружелюбным и внимательным [4, с. 23].

Первым всегда должен приветствовать:

- более старший по возрасту;
- имеющий более высокий статус;
- преподаватель (по отношению к студенту/ученику);
- женщина;
- женатый/замужняя (по отношению к неженатому/незамужней);
- начальник по отношению к подчиненному [4, с. 23].

Во время представления важно выбрать правильную форму обращения. Если вы знаете должностную позицию партнера, используйте ее во время общения, например, Manager Wang, President Li, Chairman Mao.

Принято также обращаться к собеседнику, используя его профессиональный титул или квалификацию либо академическую степень, например, Professor Zhang, Lawyer Zheng, Engineer Wu, Dr. He, Officer Zhao.

При отсутствии каких-либо профессиональных или других отличий можно обратиться к человеку, используя вежливые формы обращения на английском языке, например, Mr. Zhang, Mrs. Zheng, Miss Wu [1, с. 6].

К старшим по возрасту и положению, а также к уважаемым вами людям не принято обращаться непосредственно по фамилии и имени. Перед фамилией следует добавлять слово «лао» («уважаемый, почтенный»), например, «лао Ли». Либо после фамилии следует добавлять слова по тому положению, которое занимает человек в обществе. Например, «лаоши» («учитель, наставник») – «Ван лаоши»; «ишэн» («врач») – «Чжан ишэн» [1, с. 6].

Универсальной формой обращения к мужчине является добавление к фамилии слова «сяньшэн» («Вы, господин, мистер»), например, «Лю сяньшэн» – «господин Лю, мистер Лю».

Обращаясь к женщине, следует иметь в виду, что, выходя замуж, она не берет фамилию мужа. Но форма обращения к ней по фамилии мужа допустима для иностранцев. Например, если фамилия мужа Ху, то к его жене можно обращаться «госпожа Ху» («Ху тай-тай») [1, с. 7].

Если вас представляют группе китайцев, они могут в знак приветствия начать аплодировать. Сделайте то же самое в ответ, это будет восприниматься как вежливый шаг с вашей стороны.

Визитные карточки в Китае обычно содержат текст на китайском и английском языках. Из двух или трех имен на китайской визитке на первом месте всегда стоит фамилия. Именно ее нужно использовать при обращении к китайскому партнеру. Для визитной карточки выберите черный цвет (самый распространенный), откажитесь от красного цвета. Золотистый цвет означает высшую степень почтения [1, с. 8].

При передаче визитки партнеру держите ее двумя руками, текст на китайском языке должен быть на лицевой стороне. При получении визитки собеседника также подержите ее некоторое время двумя руками, внимательно посмотрите на текст, затем положите перед собой на стол или в визитницу.

Зачастую во время беседы китайские партнеры склонны преуменьшать свои успехи и пытаться выглядеть скромными, в то время как ваши даже незначительные успехи будут удостоены высокой оценки [5, с. 57].

Умалчивание собственных достижений и воспевание ваших может привести к неправильной интерпретации с вашей стороны и к пагубной завышенной самооценке, а значит, к недостаточному анализу потенциальных рисков. Беря во внимание эту стратегию, вы поступите правильно, если откажетесь от самопохвалы и уделите больше внимания вашему китайскому партнеру. Говорите открыто и с уважением о его заслугах и его важности, в то время как он стеснительно, но с удовольствием будет отрицать свою значимость.

В то время как в европейской культуре принято постоянно демонстрировать рассказчику свой интерес одобряющими звуками типа «хм», «да» и т. д., в Китае подобное поведение менее распространено. Там принято слушать собеседника без каких-либо сопутствующих звуков и только изредка кивать головой. Западные партнеры часто неверно интерпретируют отсутствие знаков внимания у китайских коллег как отсутствие интереса к проблеме обсуждения. Более того, свойственная китайцам длинная пауза молчания в разговоре так же типична для коммуникации в Азии. Она служит для структурирования мыслей и не является признаком медленного мышления. Европейцы воспринимают подобные паузы как неловкую ситуацию и вступают в дискуссию, что приводит к перегрузке оппонентов непрерывной беседой. Поэтому следует предоставить достаточно времени для раздумий партнеру и проявить терпение [5, с. 57].

Рассматривая характерные особенности переговоров с китайскими партнерами, надо иметь в виду, что во время деловых встреч они очень внимательны к сбору информации относительно предмета обсуждения, а также партнеров по переговорам, к формированию «духа дружбы», который они отождествляют с хорошими личными отношениями партнеров. «Дух дружбы» на переговорах для них имеет очень большое значение. На переговорах не следует ожидать, что китайский партнер первым выскажет свою точку зрения, первым сделает предложение и т. д. При проведении переговоров на китайской территории (они очень любят проводить их у себя дома) китайцы могут сослаться на то, что, согласно их традициям, гость говорит первым [5, с. 58].

Если же вы будете пытаться получить вначале информацию от китайской стороны, то чаще всего такие попытки окажутся безрезультатными. Информация будет содержать общие положения [5, с. 58].

Уступки китайская сторона обычно делает под конец переговоров, после того как оценит возможности партнера. В момент, когда кажется, что переговоры зашли в тупик, китайцы вдруг могут внести новые предложения, предлагающие уступки, что даст возможность продолжить переговоры.

Окончательные решения обычно принимаются китайскими участниками не за столом переговоров с партнером, а дома [5, с. 59].

Одобрение достигнутых договоренностей со стороны «центра» практически обязательно. При этом не исключено, что при возможности возникнут попытки улучшить для себя достигнутые договоренности, внести поправки и оговорки.

В Китае придают важное значение налаживанию дружественных, неформальных отношений с иностранными партнерами. Вас могут спросить о возрасте, семейном положении, детях – не обижайтесь, это искренний интерес к вам. Вас радушно пригласят в гости или ресторан на обед, где подадут не менее 20 блюд. Если вы не готовы попробовать предлагаемое вам экзотическое блюдо, не отказывайтесь демонстративно. Попробуйте съесть хотя бы маленький кусочек, а остальное смешать на тарелке. Подача супа к столу – сигнал того, что обед близится к завершению. Гость встает из-за стола первым [2, с. 418].

Основной напиток китайцев – рисовая водка (крепостью 55 градусов). В народе очень популярно красное вино каулиян. Азия церемониальна, поэтому в Китае приняты тосты, но чокаются не обязательно. Если же чокаются, то соблюдая старое правило: младший должен чокнуться верхней частью своего бокала о ножку бокала, который поднимает старший, тем самым показывая, что он ставит себя ниже сотрапезника. Разливающий напиток должен наполнять чужие бокалы до краев, иначе это будет выглядеть как неуважение. Чокаясь, произносят «кан пей», что соответствует русскому «пей до дна», а в переводе с китайского – «чтобы река обмелела» [2, с. 418].

Подарки лучше делать не определенному лицу, а всей организации, так как местные правила могут запрещать принимать личные подарки. Подарки следует вручать и принимать обеими руками. Скромное принятие подарка и несколько слов оценки – вполне достаточно. Если подарок завернут, разворачивать его перед тем, кто подарил, невежливо до тех пор, пока подаривший сам не попросит об этом. Поспешное разворачивание подарка считается признаком жадности. Любой подарок, который вы намерены преподнести, должен быть упакован в традиционно золотые или красные цвета. Белый и черный цвета считаются траурными.

Одеваются в Китае очень просто, костюм с галстуком обязателен лишь на официальные приемы и во время визитов к высшим государственным деятелям.

Объятия, поцелуи, похлопывания по плечу или спине и прикосновения в целом не допускаются в этой культуре. Расстояние комфортного общения составляет длину двух вытянутых рук [2, с. 419].

Особой деликатности и сдержанности требует общение с китайками. Нередко обычные для европейцев жесты вежливости, внимания, предупредительности по отношению к женщинам со стороны иностранцев могут восприниматься болезненно, а самих женщин – поставить в неловкое положение. Совсем недопустимы какие-либо фривольные жесты или шутки, даже если сами китайцы это позволяют. Реакция может быть совершенно неожиданной.

Ведя переговоры с представителями Китая, следует учитывать, что Китай – страна древнейшей цивилизации (ее история, отраженная в письменных памятниках, насчитывает около 4000 лет), и проявлять уважение к ее прошлому и настоящему, традициям и обычаям китайцев, воспринимая их такими, какие они есть [2, с. 420].

При рассмотрении данной темы были выявлены следующие результаты:

1. Понимание культурных различий: Изучение культуры, традиций и ценностей Китая помогает более эффективно взаимодействовать с китайскими партнерами во время деловых переговоров;

2. Уважение китайских традиций: Соблюдение принятых в Китае правил поведения и уважение культурных норм способствуют построению доверительных отношений;

3. Особенности коммуникации: Понимание специфики китайского стиля общения, включая управление конфликтами, использование невербальных сигналов и т.д., помогает успешно проводить деловые переговоры;

4. Грамотная подготовка: Предварительная подготовка к деловым встречам, изучение особенностей партнеров и их ожиданий позволяют достичь более выгодных результатов;

5. Укрепление партнерских связей: Соблюдение культурных норм и учет национальных особенностей деловых переговоров способствует установлению долгосрочных и взаимовыгодных отношений с китайскими бизнес-партнерами [2, с. 420].

Таким образом, национальные особенности деловых переговоров с Китаем представляют собой важный аспект успешного ведения бизнеса в этой стране. Понимание культурных различий, уважение китайских традиций и особенностей коммуникации, а также грамотная подготовка к деловым встречам играют решающую роль в формировании долгосрочных и взаимовыгодных отношений с китайскими партнерами. Изучение и учет этих

особенностей становятся важным инструментом для успешного развития бизнеса и укрепления партнерских связей с представителями китайского бизнес-сообщества.

Журавлева Е. С., Кузьмина А. Р., 2024

Список литературы:

1. Гэн Цзе Сравнение Китайской и Российской деловой культуры / Гэн Цзе // Science Time. – 2021. - №5. – С.6-9.
2. Комарова Д.И., Прудникова М.Э. Особенности делового общения в Китае / Д.И. Комарова, М.Э. Прудникова // Молодежь-науке - XI. Актуальные проблемы туризма, гостеприимства, общественного питания и технического сервиса. – 2020. -№8. – С.418-421.
3. Лебедева Н.Г. Переговоры: Китайский стиль / Н.Г. Лебедева // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2020. -№4. – С.450-457.
4. Павлова В.А. Особенности ведения торговых переговоров с представителями деловых кругов Китая / В.А. Павлова // Практический маркетинг. – 2023. -№1. – С.21-27.
5. Сиявин В.Ю., Бареева И.А., Дорофеев В.Д. Деловые коммуникации в систему управления международными рисками / В.Ю. Сиявин, И.А. Бареева, В.Д. Дорофеев. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2022. – 57с.