

RAPORT

DLACZEGO
LEASING CIĄGLE
ROŚNIE W SIŁĘNOWY JEDWABNY
SZLAK. JAK ROBIĆ
INTERESY Z CHINAMIPRODUKTY PREMIUM
DAJĄ ZAROBIĆ
NAWET 30 PROC.ZIELONA REWOLUCJA:
STÓŁ DO GRZANIA,
ELEKTROWNIA W PODŁODZE14
STRON
PORADNIKA
PRZEDSIĘBIORCY

business man.pl



MAGAZYN DLA LUDZI PRZEDSIĘBIORCZYCH

NR 8/9 (94/95)
WRZESIEŃ 2011
CENA 9,90
W TYM 8% VAT

SPECJALNIE DLA NAS

LORD A. GEORGE WEIDENFELD

CZŁOWIEK, KTÓRY ZNA WSZYSTKICH WAŻNYCH NA ŚWIECIE

ISSN 1898-3162 Nr ind. 234702



BIZNES Z KAŻDEJ STRONY



GOSPODARKA POLSKA-CHINY

To nie Japonia – Chińczycy mogą lekko kiwnąć głową lub nieco się pochylić, ale nie będzie to energiczny, spektakularny skłon.

W globalnych biznesowych standardach mieści się, oczywiście, wymiana wizytówek. W większości krajów azjatyckich zwykle szacunek okazuje się m.in. poprzez wręczenie – i odebranie – wizytówki oburącz. Warto nie chować otrzymanej wizytówki od razu, siadając można ją położyć na stole, przed sobą. Chińczycy docenią zapewne, jeśli przynajmniej jedna strona naszej wizytówki będzie po chińsku. Przy czym prawidłowa wymiana wizytówek, czy wymiana grzeczności, nie powinna nas zbyt ośmielać: pierwsze rozmowy z chińskimi kontrahentami zwykle bywają suche, zdawkowe i pozbawione zbyt wielkiej serdeczności – choć nie będzie niczym niezwykłym, jeśli padną pytania dosyć osobiste, np. o życie rodzinne. Cóż, powściągliwość cechą każdego twardziela.

Konwersacja wymaga czasem bezpośredniego zwrócenia się do rozmówcy – tu warto pamiętać, że w Chinach nazwiska są w szyku pierwsze, a więc Mao Zedong na imię miał Zedong. Odnosząc się więc do pana Li Jianga, możemy użyć formuły „Mister Li” lub „Dyrektor Li” – nigdy „Mister Jiang”. Z kolei kobiety nigdy nie zmieniają panieńskiego nazwiska, niech więc nas nie dziwi, że małżonka pana X będzie miała inne nazwisko. Co bardziej otrzaskani ze światem Chińczycy z młodszego pokolenia chętnie zastępują tradycyjne nazwiska imitacjami zachodnich: np. założyciele wyszukiwarki – i korporacji – Baidu nazywają

się Robin Li i Eric Xu. W takich przypadkach rzeczywiście szyk jest „zachodni”, a takie osoby – po bliższym poznanu się – chętniej zaakceptują formułę „Mister Robin”.

...POTEM OBIAD...

Generalnie jednak rubasznym nie będzie za Wielkim Murem lekko. Tak jak Polacy nie lubią zatłoczonych środków komunikacji miejskiej czy oddechu klienta za plecami w sklepowej kolejce – tak i Chińczycy nie przepadają za kontaktem fizycznym. Położenie ręki na ramieniu, obejmowanie, poklepywanie i próby przechodzenia na „ty” z dużym prawdopodobieństwem zostaną przyjęte co najmniej chłodno. Chyba że nasz chiński kontrahent pierwszy zdecyduje się na serdeczności, choć raczej nie będą one demonstrowane w taki sposób. Nazwijmy to „zimnym wychowem”...

Warto też pamiętać o gestykulacji. Generalna zasada: trzymać ręce przy sobie, wymachiwanie nimi nie uchodzi. Wskazywanie palcem, przyzywanie kogoś palcem wskazującym, pstrykanie palcami („załatwiam to, ot tak!...”), układanie nóg tak, by widoczne były podeszwy butów, pogwizdywanie – zazwyczaj będą uznawane za faux pas. Przy czym raczej nikt nie zwróci nam uwagi na „brzydkie” zachowanie, miejscowi będą skłonni przejść nad tym do porządku dziennego, podsumowując co najwyżej, że znów mają do czynienia „z jakimś dzikusiem z mało cywilizowanego kraju”. Z drugiej strony, w Państwie Środka niejedno może też zaskoczyć przybysza z Europy: przyjaciele nie krępują się tu chodzić, trzymając się za ręce (podobnie,

Relacje osobiste, sprawdzone wieloletnie znajomości w przypadku cudzoziemców odgrywają kluczową rolę.

Chińskie doświadczenia Cintapunto

Już w tym roku Cintapunto – producent m.in. opasek identyfikacyjnych Tyvek – otworzy fabrykę w Chinach. Jaką drogę przeszli szefowie firmy, zanim do tego doszło? Andrey Bychkovsky i Maksim Jankovich opowiadają „Businessmanowi” o swoich doświadczeniach.

Dla większości firm współpraca z Chinami zaczyna się od importu. Gdy produkty stamtąd znajdują odbiorcę, współpraca zaczyna się zacieśniać i nabierać charakteru długoterminowego. – Współpracę taką rozpoczęliśmy już osiem lat temu – podkreśla Bychkovsky. – W tym czasie nie tylko popełnialiśmy błędy, ale także zdobywaliśmy nieocenione doświadczenie, a także wyspecjalizowanych partnerów – dodaje.

Potrzeba było czasu – nawet finalizujące negocjacje „tak” nie oznaczają, że kontrakt zostanie zrealizowany. I nikogo tam to nie dziwi. Natomiast gdy zaczyna się produkcja, ogromną uwagę należy zwracać na kontrolowanie jakości. Pojęcie „wybrakowanego towaru” ma zupełnie inny wymiar na tym rynku – choć przy odpowiedniej kontroli da się takich

problemów uniknąć. – Przede wszystkim przeanalizowaliśmy słabości procesu. Zainstalowano też choćby kamery, wprowadzono stałą obecność menedżerów z Ukrainy, gdzie znajduje się nasza główna siedziba – tłumaczy Bychkovsky.

Zdaniem współzałożyciela Cintapunto trudności w relacjach z Chińczykami to zwykle mity.

Rejestracja firmy? Żaden problem, w Hongkongu da się to zrobić nawet w sieci. Nie stanowi też problemu wysyłka czy odprawa celna towarów – choć często takimi barierami straszą działający za Wielkim Murem pośrednicy. Dlatego firma ma zamiar się rozwijać. – Wraz z otwarciem fabryki na miejscu planujemy rozszerzać zakres świadczonych usług, zapewniając magazyn serwisowy oraz późniejszy transport towarów. Współpraca będzie miała miejsce zarówno na zasadzie obsługi kilku klientów na raz, jak i obsługi indywidualnej – tłumaczy Maksim Jankovich. – Chiny to znacznie większe możliwości, tu w krótkim czasie można dostosować podaż i zdolności produkcyjne do bieżących potrzeb. No i należy pamiętać o przeszło miliardowym rynku konsumentów – podsumowuje.