Мы живем в «удивительное время» – время изменений и информационных технологий. Грядут великие перемены, и сегодня это уже чувствует чуть ли не каждый бизнесмен. Легкие деньги уходят в прошлое, а на смену им приходят интеллектуальные деньги. Мы проходим этап проверки на деловую и предпринимательскую зрелость, устойчивость и одновременно гибкость в позиции бизнеса, проверки на профессионализм и командную работу. Первые места будут занимать лидеры новой формации, так называемого пятого уровня – руководители, которые ориентируются на миссию, отношения, при этом имеют высокую стрессоустойчивость, умение адаптироваться к разным ситуациям, высокий уровень эмоциональной компетенции.

Впереди нас – бизнесменов, работающих с Китаем, – ждет много нового, и это предопределено частично и новым правительством. Весь мир стал активно учить китайский язык, и я уверен, что это не просто дань моде. «Когда Китай проснется – весь мир содрогнется», поэтому и нам стоит держать ухо востро, так как одними желаниями и ожиданиями сыт не будешь.

В этом номере вы найдете много познавательных материалов, практических советов о том, как извлечь пользу из бизнес-отношений с китайскими предпринимателями, как создавать видение, формировать успех компании, как распознать своего китайского партнера, и многое другое.

Задачи нашей компании с каждым годом усложняются. Меняются правительства, законы, меняются условия, как с китайской, так и с нашей стороны, но одно остается неизменным – мы стремимся помочь украинским бизнесменам ориентироваться в ситуации, владеть правильной информацией и грамотно пользоваться ресурсами, которые предлагает Китай, чтобы сделать бизнес-отношения взаимовыгодными, долгосрочными и комфортными.

Я желаю каждому из нас побед – побед личных, побед в бизнесе, побед в стране!

Читайте и преуспевайте!
С верой в успех, Лысенко Вячеслав

УКР·КИТАЙ
COMMUNICATION

Первое и единственное
профессиональное бизнес-издание
о взаимоотношениях
между Украиной и Китаем

Учредитель и Издатель ООО «Колесо Жизни»
Адреса редакции и издательства совпадают:
03039, Украина, г. Киев, ул. Голосеевская, 7, оф. 1

Тел. приемной «УКК»: +38 (044) 251-45-55
http://ukr-china.com

Оформление, стиль и все содержание журнала являются
объектом авторского права и охраняются законом.
Запрещается воспроизводить полностью или частично
иллюстрации и статьи, опубликованные в журнале
«Укр-Китай Communication» без письменного разрешения редакции.

Подписано в печать 8.09.2010
Отпечатано в типографии «Инфопринт»
Киев, ул. Фрунзе, 82
Тел. (044) 537-28-19
www.infoprint.biz

Тираж 1000 экз.

Издатель | Лысенко Вячеслав
Директор проекта | Лысенко Виктория

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ

Арт-директор | Коверник Павел
Литредактор | Никитина Людмила
Корректор | Атрохина Наталья

А также | Андрияш Максим
Антонов Василий
Варюта Антон
Гуля Игорь
Заяц Анатолий
Иванова Ирина
Карпенко Дарья
Кожемяко Инна
Копытов Игорь
Кравченко Алексей
Лещенко Виталий
Луань Чуньшэн
Лымарь Михаил
Марченко Вадим
Семенихина Леся
Соколинская Ольга
Шинкарчук Юрий

Снижаем риски при работе с китайским производителем

СОДЕРЖАНИЕ | 目录

发展

ЭКОНОМИКА

6 ЛЕГКИЕ ДЕНЬГИ

Новичка, который начинает бизнес в Поднебесной, ожидают непростые испытания. Чтобы пройти их без напряжения, эксперты рекомендуют пользоваться услугами квалифицированных консультантов и посредников.

ПЕРСПЕКТИВА

10 ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЦЕНТРЫ КИТАЯ

Динамичное развитие промышленного производства привело к наращиванию экономического потенциала Китая, обеспечило и стимулирует поступательный рост народного хозяйства.

12 СОВМЕСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ В КИТАЕ: НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ БИЗНЕСА

Если необходимо вникать в особенности законодательства другой страны и постоянно быть в курсе его изменений, контролировать ситуацию на всех этапах сделки, и к тому же учитывать особенности менталитета и речь идет о бизнесе с Китаем, лучше переложить эти заботы на профессионалов.

СОТРУДНИЧЕСТВО С МИРОМ

14 СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КИТАЯ

В СМИ Китая работают свыше 700 тыс. человек, но лишь 180 тыс. из них имеют удостоверения журналистов, выданные Госуправлением КНР по делам СМИ и публикаций. Основные СМИ Китая – это информационные агентства, пресса, телевидение, радиовещание, Интернет.

18 «МЫ ЖДЕМ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ»

На вопросы отвечает Советник по торгово-экономическим вопросам Посольства КНР в Украине господин Луань Чуньшэн.

ЛИЧНОСТЬ

24 БИЗНЕС С КИТАЕМ: ПРИБЫЛИ ИЛИ УБЫТКИ?

Что для предпринимателя представляет особую ценность? По нашему убеждению, это – опыт. Наш собеседник – Лысенко Вячеслав – человек, который имеет богатый опыт ведения бизнеса с восточными странами и Китаем в частности.

ДОСТИЖЕНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ

32 ОСТОРОЖНО: КИТАЙСКИЙ МЕНТАЛИТЕТ

Ведение бизнеса в любой точке мира основано на отношениях взаимного доверия. В Китае знание – сила, а отношения – золото.

36 10 ШАГОВ К УСПЕШНОМУ БИЗНЕСУ

Успеха в бизнесе достигают немногие. Он либо есть, либо его нет. Своим опытом построения успешной команды делится генеральный директор холдинга «Укр-Китай Коммуникейшин» Лысенко Вячеслав.

繁荣

41 «УКР-КИТАЙ ЛОГИСТИКА»
Комплексно оценивая ситуацию в портах и с позиции импортера, и с позиции экспедитора, компания «Укр-Китай Коммуникейшин» создала собственную транспортно-экспедиторскую компанию «Укр-Китай Логистика».

44 ХОЧУ, МОГУ, БУДУ!
Команда «Укр-Китай Коммуникейшин» убеждена: в бизнесе нет недостижимых целей. Насколько это возможно, мы узнаем из беседы с коммерческим директором этого предприятия Семенихиной Лесей.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

50 **Шинкарчук Юрий**
Деньги любят счет и… хорошего финансового директора

54 **Семенихина Леся**
Как начать работать с китайским поставщиком?

56 **Варюта Антон**
Будущее – за системными решениями

БИЗНЕС-ПРАКТИКА

58 ХИТРЫЕ СТРАТЕГИИ «ПРОСТОГО» БИЗНЕСА
Вести общий бизнес с иностранцем, воспитанным в других реалиях, бывает непросто. А если речь идет о бизнесе с такой самобытной страной, как Китай? Читайте о таинственной китайской стратагемности – «тайном оружии», позволяющем достигать поставленной цели.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

62 **Заяц Анатолий**
Производитель, где тебя найти?

63 **Кравченко Алексей**
Как доставить товар из Китая?

ОБРАЗ ЖИЗНИ

64 СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОГО МИРОВОСПРИЯТИЯ
Подобно многим другим древним народам, древние китайцы считали свою страну центром мира.

68 ВЕЛИКИЕ ИЗОБРЕТЕНИЯ ПОДНЕБЕСНОЙ
Всем известны четыре великие изобретения Китая – порох, бумага, фарфор и шелк. Но китайские изобретатели не ограничились только этими достижениями…

74 ПРОДАВЕЦ – ЭТО ПРЕЖДЕ ВСЕГО ЭКСПЕРТ СВОЕГО ДЕЛА
Секреты гуру продаж, психологов, политиков, дипломатов и проверенный на себе мировой опыт – в предлагаемой вашему вниманию статье.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

80 **Копытов Игорь**
Контроль, контроль и еще раз контроль

ЛЕГКИЕ ДЕНЬГИ

Новичка, который начинает бизнес в Поднебесной, ожидают непростые испытания. Чтобы пройти их без напряжения, эксперты рекомендуют пользоваться услугами квалифицированных консультантов и посредников.

Найти достойного партнера в КНР необычайно трудно, несмотря на многочисленность различных коммерческих структур. Любое предложение, исходящее от европейца, очень часто воспринимается китайцем как «сюрприз с подвохом». Сплошь и рядом можно столкнуться в Китае с холодком по отношению к незнакомому «белолицему».

«История показывает, что длительное антагонистическое противостояние, а также культурные и религиозные отличия заставляют людей Востока и Запада относиться друг к другу с недоверием, – рассказывает Волков Олег, генеральный директор сервисно-туристической компании «Укртехинтур».

Поэтому для установления контактов необходим посредник, который прошел все эти этапы становления, «притерся» к национальным особенностям, изучил национальный менталитет и завоевал доверие безупречным сотрудничеством. Как правило, даже если вы не позаботились об этом в Украине, в Китае встретите достаточно широкий выбор подобного рода специалистов – от мрачноватых личностей на железнодорожных вокзалах до прилипчивых «переводчиков» на выставках и в гостиницах.

Но успех бизнесу, безусловно, смогут обеспечить лишь внушающие доверие посредники. Их можно найти через торговые дома, консультационную фирму, туристическое агентство, личных знакомых или по Интернету.

К тому же наличие компании, которая занимается техническими вопросами, связанными с вашей деловой поездкой, – неотъемлемый атрибут делового этикета. В Китае действует так называемая система «даньвэй» (устроителя мероприятия). В ответ на любые ваши вопросы вы услышите: кто ваш «даньвэй»? Вот к ним и обращайтесь за разъяснениями.

БЕССИСТЕМНЫЕ ПОРЫВЫ

Возможности экономики КНР – безграничны. Впрочем, это не значит, что украинский бизнесмен может так просто прийти в страну и отвоевать здесь свою нишу. Первые поездки наших бизнесменов в Китай показали, что в одиночку, особенно если речь идет о малом или среднем бизнесе, даже не стоит и пытаться пробиться на этот высококонкурентный рынок.

«С точки зрения китайцев, иностранцы прибывают в их страну для того, чтобы узнать только то, что им позволят хозяева, – пишет Джордж Буш – старший в своей книге «Глядя в будущее». – Их обычный прием сводится просто к тому, чтобы ограничить доступ приезжих к источникам информации либо использовать варианты «потемкинских деревень».

Даже аккредитованным журналистам встретиться с китайским высокопоставленным официальным лицом довольно сложно. В 90% случаев вы получите отказ. А если повезет услышать ответ, что встреча возможна, но ее подготовка может занять некоторое время, то все равно нужно быть начеку. Ведь китайцы измеряют время иначе, чем нетерпеливые европейцы, и «некоторое время» может означать все что угодно – от пары часов до десяти лет. Вести маркетинговые исследования в таких условиях чрезвычайно сложно.

В то же время китайские коммерсанты в конъюнктуре мирового рынка часто ориентируются лучше украинских, располагают коммерческой информацией. В результате вы будете проигрывать уже на подступах к контракту.

И дело не только в том, чтобы кому-то подыскать партнера по бизнесу или добиться выгодных разовых условий, – необходим системный подход. Нужно создавать программу взаимных рекомендаций, обмена бизнес-заявками. В этой ситуации украинские бизнесмены недооценивают роль таких профильных объединений, как Торгово-промышленная палата или Международная торговая палата, в которых целые подразделения занимаются анализом соответствующей информации, поиском партнеров.

Великий Дэн Сяопин как-то заметил, что нужно учиться «переходить реку, нащупывая камни на дне». Украинскому бизнесу этому еще предстоит научиться.

ПРОВОДНИКИ ДЕЛОВОГО УСПЕХА

Китай может похвалиться разветвленной системой организаций, которые оказывают содействие в развитии международного экономического сотрудничества. Ниже приведены некоторые из них.

КИТАЙ

- Китайский центр экономических связей.
- Отдел международных связей ЦК КПК.
- Ассоциация молодых предпринимателей.

ШАНХАЙ

- Ассоциация промышленников и предпринимателей Шанхая.
- Правительство района Пудун.
- Центр по привлечению иностранных инвестиций при правительстве Шанхая.
- Шанхайское отделение Китайского комитета по содействию международной торговле.

ГОНКОНГ

- Гонконгская ассоциация китайских предпринимателей.
- Гонконгская генеральная ассоциация международных инвестиций.

ТОНКОСТИ ПЕРЕВОДА

Китайский стиль ведения переговоров – настолько особая тема, что специалисты рекомендуют привлекать для этого консалтинговые компании. Украинского бизнесмена некоторые особенности переговорного процесса могут поставить в тупик.

Так, если представители западных – а часто и наших – деловых кругов стараются заключить побольше сделок за короткий промежуток времени, то их китайские визави вначале стремятся установить тесный контакт с ключевой фигурой в бизнесе, через которую можно вести дальнейшие переговоры. Да и успех первой деловой встречи оценивается по-разному. Американцы, например, считают ее успешной, если заключена сделка и подписан контракт. Для китайцев же большим приоритетом считается нахождение всеобщей гармонии между участниками. Американцы и северные европейцы по своей природе склонны придерживаться одноактного плана действий. Восточный план действий включает в себя по крайней мере два этапа: на первом устанавливаются гармония и, насколько это возможно, более тесное знакомство с характером другой стороны; на втором осуществляется планирование – процесс, не ограниченный временем.

Не исключено, что китайские партнеры попытаются вынудить вас подписать контракт до ознакомления со всеми нюансами сделки и обсуждения всех деталей. Либо

умело поведут вас по пути совмещения насыщенных переговоров днем и изматывающих развлечений ночью, не оставляя сил на дела. В ходе переговоров они не упустят возможности поймать партнера на противоречии.

Еще вариант – затянуть переговоры с целью вызвать нетерпение и раздражение у иностранного партнера, вечно куда-то спешащего. Принятие «окончательного решения» будет откладываться китайцами под разными предлогами до последнего, пока вашему терпению не придет конец. По мнению китайцев, страх, что придется так и уехать, не подписав контракт, заставит вас уступить.

Упрямство китайцев в процессе переговоров просто легендарно. Когда во время подписания межправительственного соглашения о строительстве нефтепровода «Россия – Китай» тогдашний премьер РФ Касьянов Михаил пошутил, что процесс подготовки соглашения занял больше времени, чем надо на строительство трубы, китайский лидер Цзян Цзэминь наставническим тоном отрезал: «В таких вещах время не имеет значения».

Эксперты считают, что с китайцами успешно могут работать только сами китайцы либо люди, говорящие на языке этого великого народа. Почувствовать китайскую ментальность другими методами невозможно, а значит, и достичь успеха в переговорах – тоже. Если вы не можете себе этого позволить, тогда есть смысл воспользоваться услугами консультантов и посредников.

«Китай – многовековая империя с очень сложной историей и культурой. На принятие решения в ходе деловых переговоров очень часто влияет не столько блестящее образование партнера, сколько его восприимчивость к гуманистическим ценностям, его неагрессивность и ориентация на долгосрочное сотрудничество», – говорит Волков Олег.

ПАРТИЙНОЕ ЛОББИ

Для нас партийные летучки и трепет при словах «это первый секретарь области» уже в прошлом, а вот в Поднебесной влияние компартии по-прежнему всеохватно. Вы можете сколько угодно вести переговоры, но они не сдвинутся с мертвой точки, пока городской или провинциальный Комитет КПК не решит, что эта сделка полезна для страны. Все серьезные проекты с участием иностранных инвесторов начинались именно по линии КПК. И чтобы ваш бизнес был успешным, необходимо заручиться прежде всего поддержкой партии.

Впрочем, не все так плохо. При жесткой централизации власти китайцам удалось добиться поразительной гибкости, избежать идеологической зашоренности и догматизма, более того, КПК смогла стать барометром всех радикальных преобразований в экономике. Китайцы ничего не ломали из того, что было сделано в стране прошлыми поколениями, и потому добились впечатляющих результатов в созидании новой экономики.

Президент Китайского центра экономического сотрудничества Цяо Байчжюн поясняет, что его организация сопровождает торгово-экономические проекты, которые рекомендованы Центральным комитетом КПК. Раньше Центр занимался только крупными проектами, но сейчас все больше внимания уделяет малому и среднему бизнесу.

БРЕНДОВЫЕ ВОЙНЫ

Понятие «китайская подделка» уже прочно вошло в наш словарный оборот – и, как показывает практика юристов, небезосновательно.

Российский эксперт по китайскому праву Саяпин Роман предостерегает бизнесменов от ситуации, в которую попала одна иностранная компания. Она начала, и довольно успешно, ввозить свою продукцию в Китай для продажи на внутреннем рынке. Наняла местного агента в Шанхае, стала довольно быстро проникать на рынок под своим брендом, а товарооборот вскоре вырос до $250 тыс. в месяц.

Однако компания уволила местного агента за нарушения в работе, и тогда бывший топ зарегистрировал на себя товарный знак компании в городе Циндао и оформил в Бюро товарных знаков в Пекине документы на право его интеллектуальной собственности в отношении данной торговой марки. После окончательной регистрации товарного знака на свое имя он обратился в суд города Циндао с иском о наложении ареста на партию товара, ввозимого в Шанхай, а также об аресте банковских счетов компании и ее нового агента в Шанхае. Иск был удовлетворен.

Партия, принадлежащая иностранцам, состояла из скоропортящихся товаров стоимостью $250 тыс. Для разрешения спора потребовался срочный вылет французских юристов из Парижа в Китай. А прямые расходы, связанные только с процедурными вопросами, составили $500 тыс.

Эксперты утверждают: такая опасность легко могла быть предотвращена. Обычная стоимость профессиональных услуг по регистрации торговой марки в Китае составляет $2-3 тыс. – с небольшими ежегодными регистрационными платежами.

Так что если у компании есть качественный продукт и узнаваемая торговая марка, велика вероятность того, что некоторые местные «предприниматели» попробуют извлечь выгоду из ее неправильной регистрации. До недавнего времени нарушение прав интеллектуальной собственности было распространенным явлением в Китае, хотя со вступлением во ВТО ситуация начала меняться в лучшую сторону.

Впрочем, правовая система КНР достаточно объективна в отношении иностранцев. В большинстве случаев суды разрешают дела о нарушениях прав владельцев торговых марок в пользу нерезидента, если соблюдены все формальные моменты (регистрация ТМ и пр.).

ЛЕГАЛИЗАЦИЯ НЕРЕЗИДЕНТОВ

Среди способов организации бизнес-присутствия в Поднебесной наиболее дешевый – создание представительства иностранной компании. В настоящий момент это самый распространенный бизнес-инструмент, с помощью которого иностранцы выходят на китайский рынок.

Имея представительство, вы можете арендовать офис, нанимать местных сотрудников, проводить маркетинговую деятельность, производить поиск необходимой продукции и партнеров, предоставлять определенные услуги для материнской компании (например, контроль за качеством). Иностранные работники представительства получают разрешения на жительство и работу в КНР, могут оформить себе многократные визы. При определенных обстоятельствах возможно вести «хозяйственную деятельность», используя представительство как связующее звено между вашей компанией и налоговыми органами КНР.

Однако, получив легальный статус в Китае, компания сразу же сталкивается с целым рядом технических сложностей, с которыми она вряд ли будет в состоянии разобраться самостоятельно.

Прежде всего, в разных регионах Китая существуют различия в процедуре регистрации представительств иностранных компаний и в цене за оформление соответствующих документов. Нет единого всекитайского стандарта.

Для прохождения процедуры регистрации необходим офис. Но здесь существует парадокс, похожий на многие украинские алогизмы: представительство не может арендовать офисное помещение, будучи незарегистрированным, однако процедура регистрации не может быть пройдена до тех пор, пока у вас не будет договора аренды офиса!

С учреждением представительства у вас появляются налоговые обязательства перед Китаем. Иностранному инвестору рекомендуется играть по правилам, когда идет речь о выполнении требований национальных или местных законодательных актов, в особенности когда дело касается налогов.

Власти КНР отслеживают деятельность представительств иностранных компаний и имеют средства для получения информации о нарушениях, допущенных даже теми, кто не зарегистрирован в налоговых органах, кто ведет торговлю незаконно и т.д. Как результат – счета на оплату неуплаченных налогов с очень внушительными штрафными санкциями. Это самая распространенная проблема представительств иностранных компаний в Китае. Другой проблемой является непредставление отчетности или непроведение аудиторских проверок. Хотя сами по себе эти процедуры являются недорогими, наказания за такие нарушения предусмотрены суровые.

РОБКИЕ ШАГИ НАВСТРЕЧУ

При объяснении модели поведения китайских бизнесменов с иностранными партнерами специалисты часто вспоминают «комплекс Сяньлуна». Напомним: император Сяньлун 200 лет назад заявил лорду Маккартни, что его стране придется принять условия торговли, которые продиктует Китай, или же европейцы погибнут без китайского чая и ревеня. «Комплекс Сяньлуна» – это твердая уверенность в том, что мир нуждается в Китае. Отсюда несокрушимая вера в то, что мир не сможет отказаться от китайского рынка. Жители Поднебесной до сих пор уверены, что их страна – это центр всего мира, а потому первыми путь к сотрудничеству должны прокладывать никак не они.

Впрочем, законодательство КНР до недавнего времени всячески поддерживало этот комплекс. Например, если украинский предприниматель может купить билет на самолет и отправиться в Китай на поиски партнеров по бизнесу, то для бизнесмена из Поднебесной такая вольность до вступления в ВТО была в принципе недопустима. Все выезды за рубеж нужно было согласовывать приблизительно в том порядке, как это было когда-то в СССР.

Китайские бизнесмены часто имеют искаженное представление о наших реалиях. На всех переговорах, сколько бы они их ни вели, просят представить документальные материалы об инвестиционном климате в Украине, а также обеспечить доступ к законодательной, правовой базе. Получается, что большинство китайских предпринимателей, которые потенциально могли бы инвестировать деньги в нашу экономику, просто не знают наших «правил игры». Их проблемы связаны с абсолютным незнанием украинского налогового законодательства, особенностей валютного контроля и пр.

В то же время украинские консульства, торгпредства хоть и пытаются защищать интересы своих соотечественников, многого сделать не могут. Будучи загруженными визовой и контрактной работой, они вряд ли могут сопровождать в КНР частный бизнес фирм, тем более средних и малых.

Антонов Василий

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЦЕНТРЫ КИТАЯ

В связи с динамичным развитием промышленного производства сталь, уголь, нефть, цемент и другие сырьевые материалы, которые одно время были в дефиците, стали поставляться с избытком. Это привело к наращиванию экономического потенциала Китая, обеспечило и стимулирует поступательный и стремительный рост народного хозяйства. Одновременно с этим рынок как никогда изобилует одеждой, бытовой электротехникой, пищевыми продуктами и другими товарами легкой промышленности.

1. Ганьсу
2. Гуандун
3. Аньхой
4. Гуйчжоу
5. Ляонин
6. Сычуань
7. Фуцзянь
8. Хайнань
9. Хубэй
10. Хунань
11. Хэбэй
12. Хэйлунцзян
13. Хэнань
14. Цзилинь
15. Цзянси
16. Цзянсу
17. Цинхай
18. Чжэцзян
19. Шаньдун
20. Шаньси
21. Шэньси
22. Юньнань
23. Тайвань
24. Шанхай
25. Тибетский автономный район
26. Тяньцзинь
27. АР Внутренняя Монголия
28. Гуанси-Чжуанский автономный район
29. Синьцзян-Уйгурский автономный район
30. Нинся-Хуэйский автономный район
31. Пекин
32. Чунцин
33. Гонконг
34. Макао

Ганьсу – цветная металлургия, электроэнергетическая, нефтехимическая промышленность, производство строительных материалов.

Гуандун – бытовая техника, производство пластмассовых изделий, продуктов, одежды, текстиля, электроники, электроэнергетика и металлургия.

Тяньцзинь – автомобилестроение и оборудование для механической промышленности, микроэлектроника и оборудование для связи, химическая промышленность на базе ресурсов морского дна и нефтехимическая промышленность, качественные стальные трубы и качественный стальной прокат.

Аньхой – металлургия, сельскохозяйственное машиностроение, угледобывающая промышленность, мукомольная, рисоочистительная, маслобойная, табачная, чаеобрабатывающая, хлопчатобумажная, бумажная промышленность.

Гуйчжоу – металлургическая, химическая промышленность, промышленность по добыче золота, электроэнергетика, пищевая индустрия, лесная промышленность, гидроэнергетика.

Ляонин – машиностроение, нефтехимическая и горнодобывающая промышленность, металлургия.

Сычуань – электроника, металлургия, химическая промышленность, фармацевтика, пищевая промышленность.

Фуцзянь – электроника, нефтехимия и машиностроение, легкая промышленность.

Хайнань – машиностроение, туризм, добыча полезных ископаемых, сахарная промышленность, стройматериалы и пищевая промышленность.

Хубэй – автомобилестроение, электромеханика, металлургия, химическая промышленность, легкая промышленность, строительная индустрия.

Хунань – пищевая и текстильная промышленность, производство электроники, стройматериалов, фармацевтика и металлургия.

Хэбэй – химическая (фармацевтическая), металлургическая, машиностроительная, пищевая промышленность, производство строительных материалов.

Хэйлунцзян – нефтяная промышленность, база производства зерновых, угледобывающая, лесная, химическая промышленность и база производства крупного оборудования для электростанций.

Хэнань – угольная, нефтяная, химическая, пищевая, текстильная промышленность, стройматериалы, машиностроение, энергетика, фармацевтика.

Цзилинь – автомобилестроение, нефтехимия, пищевая, фармацевтическая, электронная промышленность.

Цзянси – автомобилестроение, машиностроение, электроника, химическая промышленность, производство стройматериалов, фармацевтика, текстильная и пищевая промышленность.

Цзянсу – текстильная промышленность и индустрия продуктов питания, добыча и обработка каменной соли, серы, фосфатов и мрамора, химическая промышленность, производство строительных материалов, нефтяная промышленность.

Цинхай – машиностроение, текстильная, химическая промышленность, производство строительных материалов, металлургия, легкая и пищевая промышленность.

Чжэцзян – фармацевтика, электроника и химическая промышленность.

Шаньдун – энергоресурсы, химическая промышленность, металлургия, строительные материалы, машиностроение, электроника, текстильная, пищевая промышленность.

Шаньси – угольная промышленность, металлургия, механическая промышленность, электроэнергетика, химическая, легкая и текстильная промышленность.

Шэньси – электроника, механическая промышленность, фармацевтика, химическая промышленность, энергетика, пищевая промышленность, туризм.

Юньнань – цветная металлургия, машиностроение, производство электроэнергии, текстильная, кожевенная, пищевая, химическая промышленность, стройматериалы, полиграфическая промышленность, приборостроение.

Тайвань – текстильная, химическая промышленность, машиностроение, электронная промышленность.

Шанхай – автомобилестроение, оборудование электроники и связи, металлургия, нефтехимическая промышленность, комплектное оборудование для электростанций, хлопчатобумажная промышленность, судостроение.

Тибетский автономный район – энергетика, горная промышленность, легкая и текстильная промышленность, традиционные ремесла.

АР Внутренняя Монголия – переработка продукции сельского хозяйства и животноводства, энергетика, металлургия, химическая промышленность.

Гуанси-Чжуанский автономный район – металлургия, машиностроение, производство сахара, пищевая промышленность.

Синьцзян-Уйгурский автономный район – черная металлургия, нефтяная, угольная промышленность, электроэнергетика, цветная металлургия, машиностроение, химическая промышленность, производство кожи и текстиля, сахарная промышленность.

Нинся-Хуэйский автономный район – угледобывающая промышленность, электроэнергетика, нефтепереработка, добыча известняка, слюды и асбеста.

Пекин – сталелитейная промышленность, машиностроительная и текстильная промышленность, автомобилестроение и нефтехимия, торговля.

Чунцин – машиностроение, металлургия, легкая, пищевая, химическая промышленность, электроника, электротехника, производство стройматериалов, оборудования для охраны окружающей среды.

Гонконг – текстильное и швейное производство, электротехническая и электронная промышленность, производство часов, изготовление изделий из пластмассы и игрушек, полиграфическая промышленность.

Макао – швейная и текстильная промышленность, радиоэлектроника, оптика, пищевая промышленность, традиционные ремесла.

СОВМЕСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ В КИТАЕ: новые горизонты бизнеса

Известная поговорка «Если хочешь сделать что-то хорошо – сделай это сам» безнадежно устарела в ситуации крупного бизнеса, когда необходимо вникать в особенности законодательства другой страны и постоянно быть в курсе его изменений, контролировать ситуацию на всех этапах сделки и к тому же учитывать особенности менталитета. Если речь идет о бизнесе с Китаем, лучше переложить эти заботы на профессионалов.

В июне 2008 г. в Пекине компании «Укр-Китай Коммуникейшин» (Украина) и «Новый Восток» (Китай) создали совместное предприятие (СП) Ukraine-China Communication. В составе СП работает квалифицированный персонал, некоторые из сотрудников имеют степень MBA. Представитель украинской стороны Копытов Игорь в компании «Укр-Китай Коммуникейшин» уже шесть лет, владеет китайским языком и обладает значительным опытом ведения бизнеса в Китае, пониманием китайского менталитета.

Китайская компания стала соучредителем вновь созданного СП неслучайно. Так, генеральный директор компании «Новый Восток» господин Сунь Тао является председателем Совета со странами СНГ при Ассоциации по экономическому и техническому сотрудничеству между Китаем и Европой. Последняя подконтрольна Министерству коммерции КНР и является правительственной организацией, деятельность которой направлена на обеспечение и поддержание торгово-экономических интересов Китая.

Господин Сунь Тао имеет более чем 20-летний опыт работы в правительственных структурах КНР (в том числе представителем Министерства коммерции КНР в СССР, а затем – в России), что дало возможность наладить широкие связи в этих кругах, получить богатый опыт ведения внешней торговли и создать прочные деловые отношения со многими лидирующими китайскими предприятиями.

За годы работы со странами СНГ компания «Новый Восток» осуществила поставки 1,6 тыс. автомобилей из России; десяти авиадвигателей высокой мощности из России для производства китайских самолетов; титановых сплавов и титановых авиазапчастей из России; нефтегазовых труб в Россию, Украину и Туркменистан; нефтегазового оборудования в Россию и Украину, Туркменистан и Узбекистан; химической продукции и медицинских препаратов в Россию; строительных материалов в Украину, Россию и другие страны СНГ.

Кроме этого, компания является соучредителем современного завода в Китае по производству труб широкого диаметра для нефти и газа, которые экспортируются в США.

В Китае компания «Новый Восток» наладила сотрудничество и поддерживает хорошие отношения со многими правительственными органами, особенно с Министерством железных дорог, Министерством транспорта, Министерством строительства, Министерством коммерции, Государственным управлением по делам энергетики и др., руководством провинций, крупными государственными и частными компаниями.

Все это позволяет организовывать и сопровождать экспортно-импортные сделки на высоком уровне, обеспечивать их безопасность и выгодность для всех сторон.

Отечественная компания «Укр-Китай Коммуникейшин», как известно, специализируется на предоставлении полного комплексного обслуживания украинским компаниям, ведущим бизнес с китайскими партнерами. «После анализа задач и объемов работы китайских представительств компании в городах Шаньтоу, Нинбо, Гуанчжоу стала очевидной необходимость увеличения присутствия нашей компании на китайском рынке, выхода на новый, более высокий уровень. Мы понимаем, что это возможно за счет слияния интересов нашей компании и сильного китайского партнера», – объясняет генеральный директор украинской компании Лысенко Вячеслав.

По его словам, СП Ukraine-China Communication открывает перед отечественным предпринимателем новые бизнес-горизонты. «Создавая СП, мы ставили такую цель: открыть перед украинскими предпринимателями новые возможности работы с китайским бизнесом, способствовать оптимизации, расширению, развитию уже имеющегося бизнеса», – говорит Лысенко Вячеслав.

Основные преимущества для украинских партнеров от работы через СП Ukraine-China Communication заключаются в следующем.

1 Китайский партнер компании обладает широкими и крепкими связями с госструктурами Китая (Министерство коммерции, органы контроля, профильные департаменты и управления), что позволяет избегать многих проблем нечестной торговли, а в случае возникновения таковых – эффективно их решать.

2 Эти связи также выполняют серьезную информационную функцию, обеспечивая украинскую сторону своевременными и точными данными об изменениях правил и законов в сфере экспортно-импортных операций, введения или отмены соответствующих пошлин, о других правовых и экономических новшествах.

3 База проверенных и надежных поставщиков продукции со сложившимися отношениями дает украинским бизнесменам возможность получить самое высокое качество при доступной цене. Гарантии по качеству СП берет на себя. В случае возникновения проблем некачественный товар будет возмещен при следующей поставке за счет СП.

4 Значительный опыт торговли со странами СНГ, понимание менталитета, особенностей бизнеса и потребностей рынка дает возможность находить оптимальные бизнес-решения и избегать многих недоразумений.

Ukraine-China Communication ориентируется на крупный бизнес, выполнение масштабных государственных заказов и закупок. Среди сегодняшних проектов СП – поставки металлопродукции крупных китайских заводов-производителей на территорию Украины. В ассортименте – рулоны оцинкованного металла, рулоны полимерного металла, трубы различных наименований и типоразмеров. Ukraine-China Communication также предлагает украинскому потребителю строительные материалы и технику, продукцию пищевой промышленности.

Среди успешно реализованных проектов – поставка линии производства алюминиевого профиля и смежного оборудования для комплектации украинского завода. Предприятие изучало и готово поставлять в Украину шахтное оборудование, нефте- и газодобывающее оборудование, оборудование для автомобильных парковок, современные системы транспортного контроля, а также другую востребованную на отечественном рынке продукцию самого широкого ассортимента.

Совместная украинско-китайская компания изучила предложения о поставках на китайский рынок продукции украинских производителей и продавцов сырья. В результате этой работы подписано рамочное соглашение с Мариупольским металлургическим комбинатом им. Ильича на поставку металлопродукции в Китай. Также реализуется проект эксклюзивных поставок украинского лабрадорита и гранита китайским потребителям. В процессе согласования находится проект поставок циркониевого песка из Украины.

Возможности и опыт работы китайского партнера в Китае и украинского учредителя в Украине, совместное успешное прохождение через кризис, а также высокий уровень взаимного доверия служат прочной базой для дальнейшего развития СП, новых направлений бизнеса и реализации огромного потенциала в сотрудничестве двух стран.

Копытов Игорь

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КИТАЯ

В СМИ Китая работают свыше 700 тыс. человек, но лишь 180 тыс. из них имеют удостоверения журналистов, выданные Госуправлением КНР по делам СМИ и публикаций. Основные СМИ Китая – это информационные агентства, пресса, телевидение, радиовещание, Интернет.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ АГЕНТСТВА

Два самых крупных информационных агентства Китая – «Синьхуа» и «Чжунго».

«Синьхуа» – государственное информационное агентство, штаб-квартира находится в Пекине. Его главная задача – подготовка и распространение важной информации, касающейся политики, экономики, культуры Китая и всего мира. С 1950-х годов «Синьхуа» постепенно становится одним из ведущих мировых информагентств. Оно имеет отдел информации для зарубежных стран и отдел международной информации. В Европе, Азиатско-Тихоокеанском регионе, на Среднем Востоке, в Латинской Америке, Африке и т.д. работают региональные отделения, в особом административном районе (ОАР) Сянган, Аомыне, в 100 с лишним странах и районах мира также открыты отделения. а также в ОАР Сянган и Аомынь открыты отделения и корпункты агентства «Чжунго», а в США, Японии, Франции и Австралии – отделения.

ГАЗЕТЫ

В 1950 году во всей стране насчитывалось 205 названий газет, их годовой тираж в общей сложности составлял чуть более 400 млн. экземпляров. С 1980-х издание газет развивается очень быстро, сложилась многоярусная и разносторонняя газетная индустрия, центром которой является партийная печать. Наряду с партийными изданиями и печатными органами общественных организаций в Китае издаются дневные, вечерние, утренние и еженедельные газеты, газеты для крестьян, рабочих, предприятий и разных специалистов. Некоторые газеты печатают преимущественно экономическую и научно-техническую информацию, другие удовлетворяют культурные нужды народных масс.

В настоящее время агентство «Синьхуа» распространяет информацию для зарубежных стран на китайском, английском, французском, русском, испанском и арабском языках, передает фотоматериалы и тематические пресс-релизы. В Азии, Латинской Америке, на Среднем Востоке, в Африке, Северной Америке, Западной и Восточной Европе учреждены службы, которые передают по телетайпу местной прессе, радио и телеграфным агентствам информацию на разных языках.

«Чжунго» – второе крупное информационное агентство Китая со штаб-квартирой в Пекине. Его деятельность направлена на обслуживание проживающих за границей китайских эмигрантов, китайцев, живущих в ОАР Сянган и Аомынь, на Тайване. Агентство создано в 1952 году и с 1 октября того же года начало официально готовить и пересылать авиапочтой информацию для других стран мира. В 23 провинциях, городах центрального подчинения, автономных районах,

К маю 1998 г. в Китае выходило 2160 названий газет, годовой тираж которых составлял 26 млрд. экземпляров.

В последние годы эти показатели значительно возросли. В настоящее время в число общекитайских газет входят «Жэньминь жибао» (ежедневная «Народная газета») и ее зарубежные выпуски, «Гуанмин жибао» (ежедневная газета «Свет»), «Цзинцзи жибао» (ежедневная «Экономическая газета»), «Цзефанцзюнь бао» (газета «НОАК»), «Чайна дейли» (ежедневная газета «Китай»), а также «Чжунго циннянь бао» (газета «Китайская молодежь»), «Чжунго фунюй бао» (газета «Китайская женщина»), «Чжунго цзяоюй бао» (газета «Китайское просвещение»), «Гунжэнь жибао» (ежедневная «Рабочая газета») и т.д.

Сегодня в стране работают 205 издательств, специализирующихся на выпуске аудио- и видеоизданий, 93 издательства, выпускающих аудио- и видеокассеты для комплектования своей печатной продукции. Еще более 260 предприятий занимаются тиражированием аудио- и видеоматериалов. Китайская индустрия по выпуску аудио-, видео- и электронной издательской продукции оснащена прогрессивной техникой и передовыми технологиями.

В реестре Государственного управления по делам прессы и публикаций числится 36 издательских организаций, занятых выпуском электронной продукции. Ими подготовлено в общей сложности более 200 видов электронных изданий. Среди этих изданий уже есть свои бестселлеры. Например, видеодиски «Мир принадлежит народу», «Энциклопедия Китая», «Китайское народное изобразительное искусство», «Искусство Китая всех эпох», «Пещеры Могао в Дуньхуане», «Императорский дворец Гугун», «Фармакопея Китая», «Полное собрание законодательных актов КНР», «Китайская иглотерапия» и др.

Китайское международное издательское объединение играет важную роль в культурном обмене Китая с заграницей. Эта крупная издательская организация сочетает функции издания, печати и распространения книг и периодических изданий на иностранных языках, включая 7 наименований всекитайских журналов и 32 региональных. Это журналы «Бэйцзин ревю», «Китай сегодня», «Китай», «Народный Китай», «Репортажи из Китая», «Китай и Африка» и «Китайская литература». При данном объединении учреждено 11 издательств (в том числе и известные во всем мире Издательство литературы на иностранных языках и издательство «Синьсин»), которые ежегодно выпускают около тысячи наименований книг на 20 иностранных языках. Сборники «Китай: факты и цифры», брошюры «Обзор по Китаю», «Потала», «Это – КНР» и «Лотос», изданные «Синьсин» в различных региональных вариантах, распространяются более чем в 190 странах и регионах мира, играют важную роль в донесении до международной общественности информации о Китае. В США, Англии, Японии, Египте, Танзании и ОАР Сянгане данное объединение учредило дочерние компании и филиалы для интенсификации обмена с зарубежными странами.

РАДИОВЕЩАНИЕ

Центральная народная радиостанция – государственный орган, который ведет вещание с 5 декабря 1949 г. В настоящее время она имеет 7 самостоятельных программ, объем вещания составляет в среднем 128 часов в сутки. Передачи для соотечественников на Тайване открыты Центральной народной радиостанцией 15 августа 1954 г. В настоящее время в эфир выходят две программы (5-я и 6-я), рассчитанные на разные общественные слои Тайваня. 18 июня 1994 г. началась трансляция 7-й программы с позывными «Хуася чжишэн» («Голос Китайской Родины»), предназначенной для широкой аудитории в дельте реки Чжуцзян, в

ОАР Сянгане и Аомыне. Ее эфир в среднем составляет 21 час в сутки.

Международное радио Китая (МРК) – единственная в стране радиостанция, рассчитанная на зарубежную аудиторию. Сеть ее корпунктов разбросана по всем крупным городам мира – это Токио, Белград, Париж, Исламабад, Мехико, Вашингтон, Бонн, Бангкок, Каир, Москва, Нью-Йорк (ООН), Брюссель, Найроби и т.д. В ОАР Сянгане и Аомыне работают постоянные корреспонденты. Международное радио Китая поддерживает сотрудничество с радиовещательными корпорациями более 60 стран и районов мира в виде обмена программами, персоналом и визитами. Общий объем программ, предоставляемых зарубежным теле- и радиостанциям, составляет примерно 1400 часов в год. В настоящее время МРК вещает на литературном китайском языке (путунхуа) и четырех китайских диалектах, а также 38 иностранных языках.

Его программы, помимо выпусков новостей, включают более 400 рубрик. Будучи самым крупным в Китае вещательным органом для зарубежной аудитории, МРК занимает третье место среди мировых радиостанций для зарубежной аудитории по объему вещания и числу рабочих языков.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Предшественница общегосударственной телевизионной станции Пекинская телестанция создана весной 1958 г. Официально выходить в эфир она начала 2 сентября того же года. После этого довольно длительное время телевидение развивалось медленно, что в значительной степени связано с темпами развития экономики.

С 1980-х годов, по мере продвижения политики реформ и открытости, начался период полного расцвета телевидения Китая. С 1980 по 1988 г. аудитория телезрителей росла в среднем на 61 млн. человек в год.

Передачи Пекинского кабельного телевидения начались 4 мая 1992 года. Телезрители, которые раньше смотрели программы лишь нескольких телестанций, ныне могут принимать десятки телеканалов с четким изображением. Создание станций коротковолновой и спутниковой связи позволило 24 млн. жителей различных национальностей преодолеть прежние трудности с приемом радио- и телесигнала.

Крупнейшая в мире телевизионная сеть, созданная на базе Центральной и 3125 местных телевизионных станций, систем спутниковой и наземной связи, свидетельствует, что китайское телевидение имеет мощный потенциал как по количеству зрителей, так и по качеству программ, в значительной мере обогащая культурную жизнь страны с наибольшим в мире населением.

Центральное телевидение Китая поддерживает деловые связи с более чем 250 телевизионными учреждениями свыше 130 стран и регионов мира.

Карпенко Дарья

«Мы ждем усовершенствования инвестиционного ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ»

Как привлечь китайские инвестиции в Украину? С какими вопросами украинские предприниматели обращаются в торгово-экономическое представительство КНР в Украине чаще всего? Каков он, наиболее короткий путь к надежному китайскому партнеру? Эти и многие другие вопросы мы адресовали Советнику по торгово-экономическим вопросам Посольства КНР в Украине господину Луань Чуньшэну.

Господин Советник, вы уже около полугода* в Украине. Каковы ваши впечатления о нашей стране в целом и об украинских бизнесменах в частности?

Территория Украины достаточно велика. Ваше государство имеет многовековую историю и богатую культуру. Не могу не отметить могучий экономический потенциал Украины, а также дружелюбие ваших людей. Мне нравится ваша страна.

В Киеве, как вы заметили, я работаю полгода, но уже успел познакомиться и побеседовать со многими украинскими бизнесменами, сотрудничающими с предприятиями Китая. У меня сложились весьма положительные впечатления об украинских предпринимателях. Они честные, им присущи все необходимые предпринимательские качества. Они умеют и могут быть эффективными партнерами.

• Отдельные скептики в Украине считают, что экономика нашей страны слишком мала для того, чтобы правительство Китая интересовалось Украиной всерьез. Можно ли согласиться с такой точкой зрения? Насколько велик и искренен интерес Китая к Украине?

Китай всегда стремится выстраивать со своими торгово-экономическими партнерами равноправные, взаимовыгодные отношения, основанные на обоюдной симпатии, доверии и дружбе. Этот принцип у нас остается приоритетным, независимо от географических параметров государства-партнера и уровня его экономического развития. В экономическом сотрудничестве мы стараемся находить максимально взаимовыгодные и оптимальные форматы.

Украина со своим 47-миллионным населением – одно из самых больших европейских государств. Для Китая развитие экономических отношений с Украиной представляется очень важным. По объему внешнеторгового оборота с Китаем Украина среди стран СНГ уже несколько лет кряду занимает третье место. Как вы знаете, внешнеторговый оборот между нашими странами в 2006 году составил $4,16 млрд. По сравнению с предыдущим годом он увеличился на 26,9%. Кстати, по сравнению с периодом начала наших дипломатических отношений товарооборот между странами вырос почти в 20 раз. В первой же половине текущего года наблюдается тенденция увеличения торгового оборота еще на 50%.

Считаю, что полученный результат – неопровержимое доказательство активизации экономического сотрудничества между Украиной и Китаем. У обеих стран есть огромный потенциал. Примечательно, что наши экономические отношения постепенно переходят в этап непрерывного расширения инвестиционного сотрудничества и производственной кооперации.

** На момент, когда было дано интервью.*

• Китай сейчас активно инвестирует в иностранные предприятия. Почему в Украине так мало китайских инвестиций? Господин Советник, есть ли у вас сведения о количестве украинско-китайских инвестиционных проектов? Если да, то в каких отраслях сейчас присутствуют китайские инвестиции?

Китай на протяжении двадцати лет реформ привлекал в отечественную экономику очень много иностранных инвестиций. Такая стратегия китайского правительства, как известно, ускорила темпы экономического развития Китая, дала возможность достичь существенных экономических успехов. Сейчас Китай сам выступает активным инвестором, инвестируя в развитие экономик многих стран мира, из года в год наращивая объемы инвестиций.

За прошедшие двадцать лет реформ китайские инвестиции в другие страны составили в сумме $51,7 млрд. В мировых масштабах это, по правде говоря, не так уж и много. К примеру, Германия или Франция инвестируют аналогичную сумму в иностранный бизнес в течение года.

Экономика Украины последние несколько лет демонстрирует устойчивую тенденцию роста. Однако сегодня инвестиционный климат и инвестиционное законодательство в Украине далеки от совершенных. Китайскому инвестору нужно время, чтобы ознакомиться с украинским инвестиционным законодательством, спецификой инвестирования в украинский рынок.

Мы уверены, что со временем законы Украины по инвестициям станут совершеннее и украинский рынок будет китайским инвесторам и доступнее, и понятнее. Мы рассчитываем на такую перспективу. Что касается нынешнего состояния инвестиционного сотрудничества, то китайские инвесторы работают в телекоммуникационной и автомобильной промышленности, металлургической отрасли и других сферах.

• Для Украины сейчас очень важно возродить отечественное производство. Китай – наглядный пример того, как это сделать эффективно. Скажите, каким образом и за счет каких ресурсов Китаю удалось поднять национальное производство?

Ни для кого не секрет, что успешное развитие китайской экономики стало возможным благодаря реформам, начатым в конце семидесятых. В 1978 г. Дэн Сяопин определил генеральный курс реформы и открытости Китая и стал творцом истории развития китайской экономики в новой эпохе. В течение 29 лет китайский ВВП вырос с 454,6 млрд. юаней в 1980-м до 20 трлн. 940,7 млрд. юаней в 2006 г. Китайская экономика демонстрировала среднегодовой темп роста в 9,6%. Создание такой мощной экономики в истории Китая – настоящее чудо экономического развития. Сегодня Китай – третье крупнейшее в

ПОСЛУЖНОЙ СПИСОК

Специально для

Луань Чуньшэн,
Советник по торгово-экономическим вопросам Посольства КНР в Украине

1991 – 1997 гг.	Первый Секретарь Канцелярии Советника по торгово-экономическим вопросам при Посольстве КНР в Российской Федерации
	Торговый Советник Посольства КНР в Латвии
	Торговый Советник Посольства КНР в Республике Казахстан
1997 – 1999 гг.	Заместитель директора департамента по делам Европы Министерства Коммерции КНР
1999 – 2003 гг.	Торговый Советник Посольства КНР в Венгрии
2004 – 2007 гг.	Заместитель председателя Торговой палаты легкой промышленности КНР
2007 – 2010 гг.	Советник по торгово-экономическим вопросам Посольства КНР в Украине

мире торговое государство и четвертое по величине экономики.

В целом экономическое чудо Китая стало возможным благодаря двум факторам. Один из них – внутренняя экономическая реформа, задача которой – изменить экономическую систему хозяйствования в целом, обновить устаревшие методы производства. Второй – активное привлечение иностранного капитала и передовых иностранных технологий в китайские производства, модернизация китайской экономики, внедрение передовых зарубежных систем управления и опыта. Все эти меры были направлены прежде всего на значительное увеличение производительности китайских предприятий. При этом мы не боялись конкуренции с иностранными компаниями, скорее наоборот. Мы стремились заполучить и адаптировать на своих производствах передовой зарубежный опыт. Конкурируя с западными компаниями, мы стремились стать еще сильнее и мощнее, работая по самым высоким стандартам.

• С 1 июля Китай изменил экспортно-импортные ставки. Скажите, готовит ли еще китайское правительство какие-либо законодательные изменения, которые существенно повлияют на работу экспортеров?

Как известно, мы определяем две причины стремительного развития китайского экспорта. Первая – это увеличение спроса на продукцию китайского происхождения, размещение производств многих мировых компаний в Китае. Вторая – увеличение производственных мощностей китайских предприятий в процессе реализации реформ Дэн Сяопина, в результате чего вырос экспортный потенциал китайской экономики.

В 1997 году – во время известного финансового кризиса Юго-Восточной Азии – в Китае были приняты соответствующие меры по стимулированию экспорта. Эти меры были очень эффективными – они существенно содействовали росту экспорта продукции китайского происхождения. Но с того времени ситуация на мировом рынке уже совсем изменилась. Уже настало время урегулирования мер, стимулирующих экспорт, когда в стране существует большая экспортная мощность, а извне – растущий спрос на продукцию китайского происхождения.

Хотелось бы отметить, что сейчас Китай выстраивает свое развитие, опираясь на научные подходы. Мы разработали программу продолжительного развития китайской экономики. Но к сожалению, в китайском экспорте пока еще занимают довольно большую долю сырьевые и дешевые товары, при производстве которых расходуется много энергоресурсов и создается серьезное загрязнение. Данное регулирование нацелено именно на то, чтобы наша экономика развивалась интенсивно, а не экстенсивно. С таким регулированием китайский экспорт будет развиваться более качественно и эффективно, а внешняя торговля нашей страны получит гармоничное, стабильное и продолжительное развитие.

• С какими предложениями и вопросами предприниматели Украины и Китая обращаются в Торговое представительство КНР в Украине чаще всего?

К нам обращается много украинских предпринимателей. Как правило, их прежде всего интересуют вопросы оценки и состояния инвестиционного климата и законодательства Китая, рекомендации по поводу наиболее эффективного механизма поиска партнеров в Китае и решение возникших спорных вопросов между предпринимателями. Мы, в свою очередь, стремимся обработать все запросы и предоставить комплексную аналитическую информацию на запросы украинских предпринимателей. Ведь наша работа направлена на содействие и укрепление двусторонних торговых отношений.

• Многие отечественные предприниматели спрашивают о том, каков максимально эффективный и короткий путь поиска торгового партнера в Китае. Что вы можете порекомендовать?

Я очень рад видеть искреннюю заинтересованность украинских бизнесменов в развитии партнерства с китайскими коллегами. Я бы советовал украинским бизнесменам посещать совместные выставки в Украине и профильные выставки в Китае. Ведь на выставке предоставляется возможность личного знакомства с потенциальным клиентом и товаром. Вы также можете получить интересующие вас сведения, провести предварительные переговоры, промониторить имеющиеся предложения по интересующему направлению.

Также я бы посоветовал украинским бизнесменам пользоваться возможностями крупных предпринимательских объединений как в Украине, так и в Китае, в частности торгово-промышленными палатами. Хочу также отдельно отметить возможность установления контактов с китайскими партнерами через компанию «Укр-Китай Коммуникейшин», ведь эта компания открыла уже два представительства в Китае. Думаю, предложенные мною варианты – одни из самых эффективных для поиска надежного торгового партнера в Китае.

• Китай – это огромный рынок, где довольно часто встречаются случаи недобросовестной конкуренции. Ваш совет украинским бизнесменам, каким образом обезопасить себя от фиктивных и недобросовестных партнеров?

Китайское правительство приложило много усилий для создания равноправных, прозрачных и надежных условий работы на китайском рынке для всех его участников. Но, как вы понимаете, всегда находятся овцы, которые, перефразируя известную украинскую пословицу, портят все стадо. Тем более в государстве такого масштаба, как Китай.

Для того чтобы обезопасить себя от случаев недобросовестной конкуренции и нечистоплотности партнеров, я советую перед началом сотрудничества провести глубокие и профессиональные маркетинговые исследования интересующего сегмента рынка, досконально изучить профессиональное резюме потенциального партнера, провести личные встречи с руководителем предприятия, посетить производство. Следует также быть предельно внимательным на этапе подготовки и подписания договора – всегда изучайте этот документ очень тщательно, старайтесь обязательно предусмотреть возможные недоразумения и обязательно – механизмы разрешения возможных споров.

• Как известно, один из главных факторов успешного бизнеса – это доверие между партнерами. Скажите, как можно завоевать доверие китайского партнера?

Я думаю, что самый верный способ построить доверительные отношения в бизнесе – это быть честным, обязательным, уметь достигать результата, работая последовательно и предсказуемо.

• Господин Советник, ваши пожелания украинским бизнесменам и читателям журнала.

Как Советник по торгово-экономическим вопросам Посольства КНР в Украине я желаю украинским бизнесменам и читателям журнала «Укр-Китай Communication» взаимного понимания и доверия в работе с китайскими коллегами. Также искренне желаю увеличения присутствия Украины и украинских инвестиций в Китае.

Очень надеюсь на укрепление партнерских взаимоотношений между предпринимателями Украины и Китая, открытие новых страниц в дружеских и торгово-экономических отношениях. Благополучия вам и процветания!

Беседовал Андрияш Максим

答记者问

1，参赞先生，您来到乌克兰已经半年了。您对我们国家和乌克兰商人的印象如何？

答：乌克兰幅员辽阔，历史悠久，文化丰富，经济基础雄厚，人民热情友好，是我非常喜欢的国家。尽管我来基辅工作刚刚半年，但是已经结识了不少商业界的朋友。我对乌克兰商人的初步印象很好，他们坦诚，讲求实际，进取精神很强，做事讲究效率。

2，乌克兰某些持怀疑态度的人认为，我们国家的经济规模太小，不足以使中国对乌克兰真正感兴趣。能同意这种观点吗？究竟中国对乌克兰的兴趣有多大？多真诚？

答：首先需要指出的是，中国一贯奉行国家不分大小强弱一律平等的政策。经济上我们寻求共同发展，互利共赢。乌克兰是欧洲的大国，面积60.37万平方公里，人口四千七百多万，领土面积居欧洲第二位。中国一直十分重视与乌克兰的经贸关系，多年来乌克兰都是中国在独联体地区第三大贸易伙伴。2006年双边贸易额达到41.6亿美元，同比增长26.9%，与建交之初的2.2亿美元相比增长了近20倍。今年上半年两国贸易额与上年同期相比又增长了50%以上。业已取得的成绩无可辩驳地说明，中乌两国经济具有较强的互补性，双方蕴藏着有待不断挖掘的巨大潜力。两国之间的经贸关系正在由相互进出口商品为主步入相互投资和生产合作逐渐增多的新阶段。

3，中国正在积极对外国企业进行投资，为什么中国对乌克兰的投资如此少？参赞先生，您是否拥有乌中投资项目数量的资料？如果有，那中国投资是在那些领域？

答：中国在改革开放初期吸引了大量外资，极大促进了国民经济的发展。而中国的对外投资是近几年才逐步开始的，规模还不是很大。中国自改革开放到2005年底的20多年时间里，对外投资累计517亿美元，仅仅相当于德国、法国一年的对外投资额。乌克兰独立后，经济陷入休克状态，近几年开始恢复性增长，当前乌克兰的投资环境和法律法规等还不很完善。中国投资者对乌克兰还需要一个逐步认识和了解的过程。我们相信，随着乌克兰投资环境和法律法规的进一步完善，中国对乌克兰的投资将会不断增加。我们对这一前景充满信心。目前中国在乌克兰的投资主要集中在电信、汽车、冶金等领域。

4，现在对于乌克兰来说，很重要的是刺激并复兴本国的生产。如何有效地实现这一点？中国是一个明显的例证。请告诉我们，中国是用什么方式？利用什么资源？成功地提升了本国的生产。

答：　中国的发展得益于改革开放政策。1978年邓小平确立了我国改革开放的总方针，开创了中国经济发展史的新纪元。29年来我国GDP总量由1980年的4546亿元增加到2006年的209407亿元，年均增长率达9.6%，创造了大国经济发展史上的奇迹。中国目前已成为世界第三大贸易国和第四大经济体，实现了民族经济的振兴。

总体来说，我国经济的发展得益于两个方面：一方面是对内改革，改变陈旧的生产方式和经济体制，使生产力和生产关系更相适应，使之更有利于促进经济发展。另一方面是对外开放，通过吸引国外资金解决国内投资资金不足的问题。在引进国外资金和先进技术的的同时，引进国外先进的管理制度和经验，使国内企业运行与国际接轨，从而促进生产力水平大幅提高。我们的经验是，不要怕竞争，要大胆引进外国企业，学习他们的先进管理经验，在竞争中不断提升自身生产能力、技术水平和管理水平。从而实现共同发展和互利共赢。

5，中国从7月1日起改变了进出口税率。中国政府是否将对法规做出修改，因而对出口商的工作产生实质性影响？

答：我们的出口发展之所以一直保持迅速发展的势头。原因有二：一是国际上对中国产品的

需求一直比较旺盛；二是由于中国改革开放以来新增生产能力的规模很大，使我国出口实力大大增强。

97年亚洲经济危机时我国曾出台了鼓励出口的政策，促进了出口的迅速增长。现在情况与那时相比已发生根本性变化，在当前外部需求旺盛，内部出口潜力很大的情况下对这些鼓励性政策进行适当调整是完全必要的。另一方面从有利于我国国民经济总体发展的角度考虑也需要调整。我们的经济发展是以科学发展观为指导的。我们主张协调和持续地发展。但目前我们的出口中，原材料、高污染高能耗和低档低价产品出口仍占相当比例，从长远看对国民经济发展是不利的。我们主动调整政策就是要使我们的国民经济发展由粗放型向集约化发展转变，出口方式从数量扩张型向质量效益型转变。从而实现对外贸易和谐、稳定、持续发展。

6，中国和乌克兰的企业家们向中国驻乌克兰使馆经商参处最经常
提出的问题和建议有哪些？

两国企业家们向我们咨询最多的问题大致有以下几方面：

1）投资贸易环境和政策法规
2）寻找合适的投资、贸易、生产合作伙伴。
3）就某些具体商品、机械设备、工艺技术等寻找进出口商。
4）就双方某些贸易或生产合作中出现的纠纷寻找帮助。

我和我的同事们总是在力所能及的范围内，给予咨询或提供帮助，以促进两国的经贸合作健康、稳定、持续的发展。

7，许多国内的企业家询问，寻找中国贸易伙伴最有效并最迅速的途径是什么？

答：我很高兴看到，许多乌克兰商人愿意与中国做生意，开展双边合作，寻找理想的合作伙伴途径很多，我认为比较有效的有以下几种：

1）参加在中国或乌克兰举办的各种展览会，因为在展览会上可以直接看到参展企业的产品，对其质量档次、科技含量、先进程度一目了然。也可据此对该企业生产管理水平等作出判断，同时可以与参展单位人员直接对话，当面接触，进行交流，相互了解，建立联系。
2）参加政府、工商会及有关投资贸易促进机构组织的到中国考察、访问、推介会等活动，直接到中国实地考察，与对口客户建立联系。
3）通过工商会、企业家协会、中国的进出口商会等贸易中介机构与相应的伙伴建立联系。
4）通过热心为大家服务的«Укр-Китай Коммуникейшин»公司与中国伙伴建立联系，也是一种很有效的方式。因为该公司已在中国开设了两家办事处，可以实地考察了解中方伙伴的情况。他们还发行了Укр-Китай Коммуникейшин杂志，我认为这也是帮助乌克兰商人了解中国情况的捷径之一。

8，中国是个巨大的市场，不良竞争的事例也很常见。如何避开虚假及不良的伙伴，您对乌克兰商人的建议是什么？

答：中国政府十分重视诚信体系建设，其目的就在于促进公平竞争，诚信经商。但是，不诚信的商人到处都有。如何找到真正诚实的贸易和生产合作伙伴？我认为：一是要对其企业进行考察，真正了解他的实力；二是要对合作伙伴的人品进行考察，只有当面会谈，直接接触才能得到最真实的印象，做出能否与其合作的决定；三是要签好合同，把有关的合作条件，包括产生纠纷如何解决等事项事先约定好。只有这样才能减少欺诈行为，避免损失，使双方的经贸合作稳步发展。

9，伙伴之间的相互信任是顺利经商的重要因素之一。您说取得中国贸易伙伴信任的最迅速的途径上什么？

答：我认为，取得伙伴信任的最好方式就是坦诚，言必信，行必果。

10，参赞先生，您对乌克兰商人及本杂志读者的祝愿是什么？

答：我作为中国驻乌克兰使馆经济商务参赞，对乌克兰商人和«Укр-Китай Коммуникейшин»杂志的祝愿是：希望各位朋友更多地了解中国，在进口物美价廉、适合乌克兰消费者需求的中国商品的同时，更好地开拓中国市场，把乌克兰技术先进、价格有竞争力的商品和技术设备销往中国市场，与更多的中国伙伴开展投资及生产合作，不断取得新的成就，开创中乌经贸合作的新局面。

БИЗНЕС С КИТАЕМ: прибыли или убытки?

Что для предпринимателя представляет особую ценность? По нашему убеждению, это – опыт. Опыт, полученный на основании глубокой практической работы. Опыт, на который можно полагаться как на своеобразное руководство к действию. Ведь любая академическая теория, если она не подкреплена практикой, нежизнеспособна.
Стало быть, она вряд ли может быть полезна.
Наш собеседник – Лысенко Вячеслав – человек, который имеет богатый опыт ведения бизнеса с восточными странами и Китаем в частности. Мы обратились к нему с просьбой поделиться своими впечатлениями, выводами, наблюдениями относительно Китая и работы с китайскими предпринимателями.

О ПОДНЕБЕСНОЙ

• **Вячеслав Викторович, сегодня много говорят о феноменальных экономических достижениях Поднебесной. Однако у многих китайское экономическое чудо вызывает сомнения. Согласны ли вы с такими настроениями?**

Я не сомневаюсь в том, что сегодня Китай демонстрирует всему миру феноменальные экономические достижения. Пускай сомневающиеся для сравнения возьмут фотографии Китая современного и двадцатилетней давности. Изменения – разительные. Один из филиалов нашей компании находился в г. Шаньтоу. Я лично имел возможность наблюдать за изменениями, произошедшими в этом городе в течение полугода. Всего лишь за 6 месяцев в городе отказались от рикш, услугами которых пользовалось большинство населения, и полностью перешли на такси. Я наблюдал, как за 8-10 месяцев воздвигались «высотки» в десятки этажей.

Впечатляют и экономические показатели развития Поднебесной. Немного цифр. С начала реформ Дэн Сяопина ВВП Китая увеличился в пять раз, экспорт рос ежегодно в среднем на 15-20%. Золотовалютные запасы Китая на сегодня превысили $2 трлн. Благодаря грамотной экономической стратегии развития за последние 30 лет, 190 стран мира инвестировали в Поднебесную около $600 млрд. По некоторым данным, одна мирового экспорта сегодня – из Китая. Знаете ли вы, к примеру, что в городке с населением в несколько десятков тысяч жителей и с десятью тысячами предприятий – речь идет о Датане провинции Чжэцзян – производится треть чулочных изделий мира? Представьте себе, что сотне тысяч китайских женщин, занятых на производстве, удается ежегодно привлекать в городок более $40 млн. иностранных инвестиций.

Как видим, за 30 лет Китай превратился из полуфеодальной страны в крупнейшего мирового производителя. Сегодня же он выходит на качественно иной уровень развития – из «мировой фабрики» Поднебесная постепенно превращается в мировой полюс геополитического и экономического влияния.

• **Имеются в виду скептики, которые соизмеряют темпы роста экономики с темпами роста заработных плат и преодоления бедности?**

Что касается скептиков, то они всегда были, есть и будут. Однако существуют реальные факты и цифры, которые нельзя игнорировать.

Проблема бедности в Китае действительно существует, ее никто не отрицает и не преуменьшает. На протяжении 30 лет усилия и центральных, и местных органов власти направлены на преодоление бедности, нивелирование качественного разрыва в социально-экономическом развитии провинций. Достижения – очевидны. К примеру, с 1978 по 2006 гг. уровень бед-

ности снизился с 30,7 до 2,3%. Количество жителей с низким уровнем дохода сократилось с 62,13 млн. в 2000 г. до 35,97 млн. в 2009 г. На протяжении последних шести лет общее число бедного населения страны снизилось на 10,52 млн. человек.

Но, безусловно, Китаю есть над чем работать. На сегодня на государственном уровне разрабатывается и внедряется ряд программ по борьбе с бедностью. К тому же при Госсовете КНР создан специальный координирующий орган – Канцелярия оказания помощи малообеспеченному населению.

• Что вас больше всего поражает и впечатляет в Китае?

Темпы и динамика развития государства и его экономики. Показательный пример. В Киеве в 2008 г. планировали открыть 3 новых станций метро (потом дату открытия перенесли на 2009 г., далее – на июль 2011 г.), тогда как в Пекине к началу Олимпиады (а это август 2008 г.) ввели в эксплуатацию две ветки метро, а в 2009 г. – еще одну.

Впечатляет скорость внедрения в жизнь принятых решений – все решения моментально переводятся на уровень практического воплощения, поражает китайское трудолюбие и настойчивость в выполнении поставленных задач. Если, к примеру, наши сограждане, столкнувшись с какими-либо трудностями при выполнении поставленной задачи, сразу же найдут и озвучат сто один способ, почему эта цель – недостижима, то китаец, как правило, преследуя определенную цель, найдет сто один способ ее достижения и выполнения. Не могу не отметить искусное китайское мастерство в копировании, при чем довольно часто копии оказываются лучше оригиналов. Стоит поучиться и умению оценивать и пользоваться своими сильными и слабыми сторонами.

Каждый раз, пребывая в Китае, не перестаю удивляться четкости системы поддержания порядка в государстве и жесткости наказания тех, кто нанес государству вред. Поражаюсь порядку и слаженности в своеобразном «муравейнике» с населением в 1,4 млрд.

ОБ ИНВЕСТИЦИЯХ И ТОРГОВЛЕ

• Давайте поговорим об украинско-китайских отношениях. Можете ли вы согласиться с тем, что Украина для Китая не является партнером стратегической важности?

Не могу согласиться с такой формулировкой, признавая необходимость и всячески поддерживая переход торгово-экономических отношений между государствами на новый уровень. По данным Госкомстата Украины, в январе-июне 2010 г. товарооборот товарами между Украиной и Китаем вырос на 22,3% по сравнению с аналогичным периодом 2009 г. и достиг $2,34 млрд. Украинский экспорт составлял

ДОСЬЕ

Лысенко Вячеслав Викторович

Генеральный директор компании «Укр-Китай Коммуникейшин». Опыт ведения бизнеса с Китаем и восточными странами – с 1994 г. Издатель журнала «Укр-Китай Communication». Спикер круглых столов и бизнес-семинаров для отечественных предпринимателей на тему развития и оптимизации бизнеса с Китаем.

«Укр-Китай Коммуникейшин» – компания, предоставляющая комплексное обслуживание торгово-экономических операций между китайскими и украинскими компаниями. Центральный офис расположен в Киеве, есть представительства в Одессе (Украина), Гуанчжоу, Нинбо и Пекине (Китай).

С 2006 по 2008 г. обслуживаемый компанией грузопоток увеличился более чем в два раза. Среди клиентов были и есть как мелкие предприниматели, так и гиганты отечественного рынка.

В 2009 г. было оказано несколько услуг по поиску мебели для дома, оборудования для клиники и гостиницы. Как следствие, по многочисленным запросам запущено новое направление – «Укр-Китай Интерьер».

За первое полугодие 2010 г. компания оказала более 40 услуг по поиску и подбору новых экономически привлекательных бизнес-направлений для украинских предпринимателей.

$495,6 млн. (уменьшился на 39,2%), а импорт с КНР – $1,84 млрд. (вырос в 1,6 раза). Отрицательное сальдо в двусторонней торговле за первые шесть месяцев 2010 г. составило $1,35 млрд. А ведь Украина могла бы предложить Китаю ряд интересных совместных инвестиционных проектов в сфере высоких технологий, передовых научных разработок, авиастроения!

Уверен, что касается украинско-китайских отношений, – в политике, торговле, бизнесе, – то, по моему мнению, очень важны усилия самой Украины. Да, в Китае частенько сталкиваешься с тем, что об Украине не знают и не слышали (что, впрочем, не мешает выстраивать эффективный бизнес с китайскими партнерами). Поэтому очень важна наша позиция относительно Китая, самопрезентация и презентация экономического, инвестиционного потенциала нашего государства. Можно, конечно, говорить, что Россия для Китая – объективно более привлекательна, ведь речь идет об одном из самых больших мировых рынков сбыта! Однако не следует забывать, что Украина имеет множество иных конкурентных преимуществ – геополитических, экономических. Уверен, их умелое использование может способствовать активизации украинско-китайского сотрудничества как на политическом, так и экономическом, культурном уровнях.

По моим наблюдениям, для Китая нет разницы – сотрудничать с Украиной или с какой-то другой страной. Масштабы государства-партнера, его место на политической карте мира в формировании межгосударственных отношений для Китая не существенны. И вот почему. По сути, в построении и межгосударственных, и деловых, и личностных отношений работают аналогичные принципы. Знаете, это как в дружбе – можно дружить с десятью людьми, другое дело, как и на каких принципах выстраивать эти отношения. Иначе говоря, если строить с Китаем отношения, основанные на уважении, доверии, честности, будьте уверены, Китай отплатит вам сторицей. Отношения со стороны китайских партнеров будут аналогичны вашим – что посеешь, то и пожнешь.

• Согласно информации отечественных СМИ, Китай признал украинскую столицу наиболее инвестиционно привлекательным зарубежным городом. Однако дальше признания дело вряд ли пойдет – китайские инвесторы в Украину не спешат. Почему?

Очень многие и в Украине, и в Китае уверены в огромных перспективах именно в сфере инвестиционных и совместных проектов и заинтересованы в их реализации. За 19 лет дипломатических отношений между странами было много попыток «запустить» серьезные и крупные проекты. Однако следует понимать, что все масштабные проекты, как правило, – государственные или реализуются при участии, поддержке державы.

Пока Украина наводит порядок и решает внутренние политические вопросы, очень сложно заниматься совершенствованием внешней политики и развитием внешнеторговых связей. Следует понимать, что все усилия Украины выйти на масштабные двусторонние проекты, в том числе и инвестиционные, вряд ли будут успешными до тех пор, пока мы не достигнем того уровня политической стабильности, который необходим и достаточен для Китая. Правда, очень сложно объяснить китайскому партнеру, почему в нашей стране более полугода не работает высший законодательный орган или почему за 19 лет независимости в Украине поменялось 16 правительств, каждое из которых, как правило, кардинально меняло экономический курс. Поэтому если и говорить о причинах отсутствия глобальных государственных или частных инвестиционных проектов – причину и «корень проблем» следует искать прежде всего в нас самих. Ведь, как вы понимаете, «хозяйкой дом стоит»... Пока в доме беспорядок – о каком развитии и процветании может идти речь? Однако я уверен и не сомневаюсь в том, что Украина пройдет этот этап, и тогда начнется глубокое инвестиционное взаимодействие Украины и Китая.

• Как часто к вам обращаются китайские предприниматели, заинтересованные в поиске партнера в Украине? Какие отрасли и проекты, как правило, их интересуют?

Чаще всего к нам обращаются китайские компании, которые закупают в Украине сырье. Это представители химической отрасли, сферы производства различного оборудования. Уже традиционно китайцев интересуют украинские высокотехнологичные производства и передовые разработки. Ведь рабочей силы в Китае много, чего не скажешь о технологиях, которые могут что-то улучшить, оптимизировать. С китайской стороны наблюдается большой запрос на совместные инвестиционные форматы. Китайские компании запрашивают информацию о разных отраслях, задают вопросы о возможности сопартнерства.

Это свидетельствует о том, что китайские бизнесмены детально изучают наш рынок. В Китае достаточно много денег, он перенасыщен денежной массой и, если Украина создаст инвестиционно привлекательные условия, китайцы будут инвестировать в Украину. Показателен пример совместного проекта по строительству автобана Львов – Луганск, проектная стоимость которого составляет $7,5 млрд.

К тому же инвестиционная активность китайского бизнеса объясняется прежде всего государственной

Лысенко Вячеслав проводит семинар на тему совершенствования бизнеса с Китаем

экономической политикой Китая. Если раньше инвестирование зарубежных экономик было запрещено, то сейчас поддерживается на самом высоком государственном уровне. Если раньше Китай сам с радостью принимал иностранные инвестиции, то сейчас его намерения направлены на то, чтобы стать одним из крупнейших мировых инвесторов, через свои инвестиции участвовать и влиять на развитие бизнеса за пределами Китая. Активно инвестировать в иностранные экономики китайское правительство рекомендует также и для повышения устойчивости экономики самого Китая.

• А встречались ли вы в своей практике с украинскими предпринимателями, заинтересованными в продвижении своих компаний (товаров, услуг, продукции) на китайский рынок?

Безусловно, многие украинские предприниматели заинтересованы в продвижении на китайский рынок. Однако в этом случае нужно четко понимать потребности китайского рынка. Китайский рынок – самый большой мировой переработчик сырья и к тому же производитель. Поэтому продвигаться на рынок Поднебесной нужно с продуктом, который имеет жесткое конкурентное преимущество. Китай и китайская экономика должны нуждаться в этом продукте! При этом сложно найти товар-продукт, который китайцы не смогут воспроизвести сами – они мастера копировать. Поэтому, очевидно, что речь должна идти о технологиях. Как говорят сами китайцы, если ты что-то придумал в Китае – ты стал миллиардером, ведь рынок сбыта – огромнейший.

ТОНКОСТИ БИЗНЕСА

• Вячеслав Викторович, как бы вы охарактеризовали стиль ведения бизнеса украинских и китайских предпринимателей? Насколько существенна разница между ними?

Глубокий вопрос. Разница, конечно же, большая. Как известно, корни бизнес-традиций в Китае следует искать в исторических глубинах. История Китая – это четкое соблюдение закона кастовости: если ты родился в семье парикмахера, то твой удел – парикмахерское дело, хорошим или плохим, но парикмахером ты останешься до конца своих дней. В то время как у нас, славян, совершенно иные культурологические корни, иные принципы построения взаимоотношений и функционирования социума. Наверное, есть генная память, определенное наследие, которое впитывается с молоком матери.

Я уже говорил о колоссальном китайском трудолюбии, но еще раз акцентирую внимание на отличительной черте китайской нации – работоспособности. Возможно, китайцу не хватает уровня менеджмента, организаторских способностей, но он сполна это компенсирует своей настойчивостью, трудоспособностью, умением выполнять поставленные задачи. Китайцы умеют хорошо работать. Вопрос только в том, каким образом мотивировать китайца хорошо работать, как наладить эффективную работу и контроль качества на производстве.

Что касается украинского предпринимателя, то чаще всего его основная проблема состоит в том, что он хочет всего и сразу. Это и есть главное уязвимое место украинского бизнесмена. При таком подходе он обязательно попадается в «капкан» жадности.

• Что вы имеете в виду?

Отчасти справедливо то, что многие украинские предприниматели (и бизнесмены из других стран) из-за своего желания «быстрых денег» сами провоцируют китайцев на хитрости и обман. Что я имею в виду?

Как правило, украинский предприниматель «замечает» только самое дешевое ценовое предложение, сразу же начиная подсчитывать возможную прибыль. Неоднократно наблюдал, что между качественным, но дорогим, и некачественным, но дешевым украинский предприниматель выбирает второе. Хотя на фабрике ему честно предлагают на выбор оба образца! Но еще чаще бывает, что наш предприниматель сам требует от китайского производителя «товар подешевле». Как известно, «клиент – король», поэтому производители на удешевление сразу же соглашаются. Получив «нужную» цену, наш предприниматель сразу же успокаивается. Тогда как при цене на 40-50% дешевле по сравнению со средней на рынке нужно было бы сразу задуматься: а за счет чего снижена цена, на чем производитель будет экономить? Но, воодушевленный неожиданной возможностью увеличить (удвоить, утроить) свой заработок, наш предприниматель частенько, как правило, забывает, что каждый товар имеет свою цену. Он игнорирует один из основных законов – «цена соответствует качеству». Пребывая в плену стереотипа о том, «что в Китае – все дешево и дешевая продукция – это нормально», бизнесмен забывает, что цена уменьшается за счет снижения качества продукции. Ведь в любом случае китайский производитель хочет заработать, поэтому и ищет возможности удешевления стоимости.

Что в итоге? В итоге украинский предприниматель (получая низкую цену) получает товар такого же низкого качества. Потом он активно рассказывает всем и вся о том, насколько некачественна китайская продукция и какие обманщики китайские производители. А ведь спрос формирует предложение!

Конечно же, обманщики и нечистоплотные бизнесмены встречаются среди предпринимателей разных стран. В Китае таких тоже достаточно, но их количество пропорционально общему количеству бизнесменов.

• Действительно, в государстве такого масштаба, как Китай, нечестные бизнесмены должны встречаться гораздо чаще...

Равно как лжеучителя имеют лжеучеников, так и эти нечестные бизнесмены имеют свою аудиторию. Работают законы рынка – спрос рождает предложение. Как правило, эти обманщики «ловят» своих потребителей на жадности, алчности, некомпетентности, желании быстро заработать.

• То есть те, кто обманывается в работе с Китаем, зачастую сами и виноваты?

Не совсем так. Повторю, бывают разные случаи...

Однако, по моему мнению, именно несоблюдение законов рынка – к примеру, «спрос формирует предложение», «соответствия цены качеству» – приводит к увеличению рисков быть обманутым и не оправдать своих ожиданий от работы с китайским партнером.

Как определить соответствие качества цене? Это и есть основная задача, на которой нашему бизнесмену и следуют сконцентрироваться. Поверьте моему опыту – китайские производители с радостью продадут вам отличную продукцию высочайшего качества. Однако в таком случае не нужно рассчитывать на копеечную стоимость.

• Так что же: мнение о плохом качестве китайских товаров – не просто безнадежно устарело, но даже и несправедливо?

Проблема изготовления продукции низкого качества в Китае существует. Ее признают и с ней активно борются. Она обусловлена определенными факторами. Давайте вспомним, – с чего начинал Китай лет тридцать пять назад? Будем откровенными – с изготовления едва ли не одноразового ширпотреба. Нужно понимать, что тогда Китай просто тренировался производить, изготавливать. Они запустили массовое производство, сейчас же пришли к пониманию необходимости повышения качества продукции. Они понимают, что именно качество изготовляемой продукции будет определять реноме Китая в мире. И не просто как мирового производителя, а как глобального центра экономического влияния. В Китае понимают, что от качества изготовляемой продукции зависит не просто репутация, а продолжительный и стабильный мировой успех Китая.

Сегодня на самом высоком государственном уровне Китай поднял и контролирует вопрос об улучшении качества изготовляемой продукции. Кредо многих китайских предприятий: «качество – наша жизнь». И будьте уверены – это не просто яркие плакатные лозунги.

Посещая многие китайские производства, я лично имею возможность наблюдать за тем, как китайские компании проходят этап определенного разделения. Есть предприятия, которые стали больше заботиться о качестве своей продукции, понимая, что именно это – залог и критерий их успеха на рынке. Но также есть огромное количество маленьких фабрик и заводов, которые испытывают определенные проблемы с самим производством, менеджментом, сбытом. А в Китае большая конкуренция! Поэтому логично, что для таких предприятий один из способов стимулирования сбыта – снижение цены. На таких компаниях, конечно же, об улучшении качества товара речь не идет. Но закупочная стоимость с разницей в 10-15% привлекает наших (и не только наших) предпринимателей.

Именно поэтому многие выбирают не передовые предприятия с продукцией высокого качества, а компании, производящие продукцию вроде бы с аналогичным качеством… Эти «рабочие ситуации» весьма часты. Но что в итоге – мы уже знаем!

Кстати, намерения китайских властей и компартии в вопросах повышения качества – очень серьезны. И воздействие на тех, кто игнорирует либо нарушает поставленные государственные задачи (независимо от должностей), – очень жесткое. Многие предприятия закрываются, многие руководители в лучшем случае увольняются. Помните случай с начальником Государственного управления по контролю за качеством продуктов питания и лекарственных препаратов Чжэн Сяоюем? После судебного разбирательства летом 2007 г. его расстреляли за выдачу разрешений на использование лекарств сомнительного качества как китайским, так и иностранным компаниям, ну и за взятки, конечно же.

• Как вы считаете, какими должны быть первые действия и шаги «новичков» в бизнесе с Китаем? С чего вы начинали, что можете посоветовать?

Это система, которая испытана временем. Давайте рассмотрим историю развития любого рынка, и украинского в том числе. В свое время многие украинские бизнесмены завозили в Украину стиральные машины и бытовую технику. После появления на рынке больших игроков, которые начали работать профессионально, обеспечили большие объемы поставок, мелкие торговцы начали покупать у них. Для мелких частников это было выгодно и интереснее, чем работа напрямую. По аналогии и здесь. Если есть большой оператор, который работает на китайском рынке, если есть компания, которая предоставляет услуги по экспорту из Китая, может быть, имеет смысл по крайней мере на начальном этапе обращаться к ним? Все нужно соизмерять с конечным результатом. Ведь очень часто «в самостоятельном плавании» человек тратит время, деньги, силы, получая взамен не совсем ожидаемый результат, разочаровываясь как в китайских партнерах, так и в собственных возможностях. Какая эффективность такой работы? Я уверен, что низкая. Лучше и вправду обратиться к профессиональным компаниям, которые сэкономят и деньги, и ресурсы, и силы, существенно уменьшат риски, обеспечив эффективность вашего бизнеса.

Если все же сработает украинский менталитет – «только сам, хочу сам попробовать», – имеет смысл сделать мониторинг китайского рынка, собрать и узнать о нем максимум информации. Не поленитесь заказать (самостоятельно это сделать будет сложно) профессиональное маркетинговое исследование. Узнайте максимум информации о производителях интересующего сегмента рынка, промониторьте имеющиеся ценовые предложения. Не останавливайтесь на двух приемлемых производителях, соберите информацию о десятке. Не поленитесь лично посетить интересующие производства, и не одно-два, а с десяток. Посетите цеха, склады, познакомьтесь и пообщайтесь с их руководителями… Поверьте, получить хорошую цену, заложить основы долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества, уменьшить риск выйти на нечистоплотного предпринимателя через Интернет или телефон невозможно. Это очень редкие случаи, один процент из ста.

Еще один нюанс. Часто встречаю своих коллег-предпринимателей, которые, выбрав будто бы оптимального поставщика и подписав выгодный, по их мнению, контракт, считают, что работа сделана. Однако на самом деле работа только начинается. Почему? Потому что залог успеха и неотъемлемая часть вашей работы (если, конечно, выбрано не крупное предприятие с иностранными владельцами и европейскими принципами менеджмента, где снята необходимость контроля качества продукции) – это постоянный контроль качества и этапов производства. Ежедневно мы рассматриваем претензии предприятий, которые жалуются на то, что заказывали одно, а в итоге пришло другое, с браком. А судиться в Китае сложно.

• Чтобы не судиться… Можете ли подсказать, где в торговле, по вашему мнению, желательно бы загодя подстраховаться, как говорят – «соломки подстелить»…

Чтобы составить юридически грамотный договор, если, допустим, вы юридически некомпетентны, – нужно обратиться к профессиональному и квалифицированному юристу. Безусловно, можно обратиться к другу-юристу – но рано или поздно он вежливо откажется – у него и своих дел невпроворот. Но если вы обратитесь к юридической компании, для которой это – работа, они будут заниматься вами не в свободное от работы время, а профессионально. Потому что это их профессиональные обязанности. И, как правило, качество работы таких компаний – выше. Здесь точно так же. Целесообразнее всего обращаться в компании, которые работают профессионально на китайском рынке. И работают не на себя, а именно предоставляют комплексное обслуживание и услуги украинским компаниям-экспортерам.

Если же говорить о крупном бизнесе, то, очевидно, в таком случае имеет смысл идти по пути открытия представительства собственной компании в Китае, таким образом постоянно контролируя вопросы качества, цены, своевременности доставки и проч.

Я уверен, что Китай с каждым днем будет совершенствоваться и производить все более качественную продукцию. Но пока вопрос качества потребляемой продукции из Китая остается открытым, узких мест все еще остается предостаточно. Я советую заботиться и думать не о том, как решать возможные проблемы, а над тем, как их не допустить. Ведь после драки кулаками не машут. Советую на всех этапах производства обеспечить максимальный контроль, постоянно следить за изменениями на китайском рынке. Ведь если вы настроены на создание эффективных партнерских и долгосрочных контактов – без этого вам не обойтись.

• А что для китайского бизнесмена партнерские отношения?

Это прежде всего честность и прозрачность намерений. Но нужно дать для себя четкое определение «прозрачности по-китайски». Конечно же, глупо требовать от китайского производителя открыть сумму его заработка (а наши предприниматели об этом спрашивают). Когда их просят рассказать о стоимости затрат и прочих расходов – это является определенным вторжением в их личную жизнь, они реагирует с недовольством, для них это определенная обида. Они же не спрашивают о причинах покупки именно этого товара и ожидаемой прибыли?

Также глупо каким-то образом провоцировать китайского партнера пригласить вас к нему домой. Быть у китайца дома – все равно, что стать членом его семьи. Они, конечно же, приглашают своих друзей, партнеров, с которыми работают, в гости, но их личная жизнь – это их личная жизнь.

• У вас есть опыт работы как с крупными, так и мелкими компаниями, предприятиями разных отраслей экономики со всей Украины. Можете ли вы обобщить проблемы, с которыми отечественные предприниматели в работе с китайскими коллегами сталкиваются наиболее часто?

Наиболее частая проблема – контроль и гарантия качества. Правда, в последнее время ситуация с качеством китайского товара улучшается. Если пару лет назад мы возвращали большое количество контейнеров на перезагрузку или перепроизводство, то сейчас такие случаи встречаются все реже. При этом, все же, эта проблема для многих остается очень актуальной!

Среди распространенных проблем – несвоевременное производство, повышение цен. Часто наши предприниматели встречаются с несвоевременной отгрузкой в портах, а у многих сезонные товары. И это связано не с загрузкой китайских портов, а, прежде всего, с недостаточностью мощностей украинских портов, перегруженностью линий. Конечно же, любимая «мозоль» – поиск надежного партнера. У многих существуют проблемы в коммуникации и понимании. Ведь мы, украинцы, общаясь с китайскими предпринимателями, думаем, что китайцы – люди со специфичным восточным менталитетом – понимают и трактуют наши слова адекватно тому, что мы имеем в виду. Многие частенько забывают, что даже если китайцы поняли ваш мессидж, истолковать его они могут совершенно иначе, часто с противоположным смыслом! Поэтому не забывайте уточнять диалог «на адекватность восприятия».

• Мы уже касались деятельности вашей компании. Могли бы вы детализировать: какие цели и задачи ставите перед своей компанией?

Изначально я создавал компанию как мост, соединяющий бизнесменов Украины и Китая. Мы ставили перед собой задачу быть надежным подспорьем и поддержкой для украинских предпринимателей, которые сотрудничают с китайскими коллегами.

По отзывам наших клиентов, сегодня компания УКК – компетентный консультант по вопросам сотрудничества с Китаем. Многолетний и разнообразный опыт внешнеэкономической деятельности, организации международных перевозок, налаженный менеджмент, собственные представительства компании в индустриальных регионах КНР позволяют нам оперативно и качественно выполнять поставленные нашими клиентами задачи, удовлетворять их запросы, оправдывать их ожидания.

Наша цель – предоставлять услуги высокой конкурентоспособности, оттачивать работу команды до наивысшего стандарта для повышения конкурентоспособности украинского бизнеса и предоставления жителям Украины возможности покупать продукты высокого качества по доступным ценам.

Беседовала Кожемяко Инна

Внимание компания «Укр-Китай Коммуникейшин»

ПРЕДСТАВЛЯЕТ УНИКАЛЬНЫЕ СЕМИНАРЫ

по запросу только для вашей компании

на тему

совершенствование бизнеса с Китаем

- **Как извлечь возможности и пользу из кризиса?**
- **Как укрепить и развить бизнес с китайским партнером?**
- **Как обойти «подводные камни» в торговле с Китаем?**
- **Как отразится на украинском производителе изменения китайского законодательства?**
- **Почему не оправдываются ожидания многих отечественных предпринимателей от торговли с Китаем?**
- **Как найти надежного партнера в Китае и обезопасить себя от брака?**

Если вас интересует хотя бы одни из этих вопросов – звоните и заказывайте для своей компании однодневный семинар-тренинг на тему
«Подводные камни торговли с Китаем. Как сделать бизнес эффективным?»
с целью совершенствования бизнеса с Китаем

Цель семинара	• содействовать формированию навыков ведения эффективного долгосрочного бизнеса с Китаем; • повышение компетентности в тонкостях организации процессов работы с Китаем; • ответы на вопросы и практические рекомендации под ваш бизнес.
В программе предусмотрено	• четыре учебные сессии; • лекционный материал и моделирования ситуаций; • обсуждения вопросов с экспертами.
Регламент	• количество участников в группе от 6 до 14 человек.
Стоимость	По запросу. Можем предоставлять конференц-зал.

Записаться на семинар можно:

- послав заявку на e-mail: sla@ukr-china.com
- по тел.: **+38 (044) 251 45 55** – секретарь или по моб.: **+38 (067) 507 44 67** – Леся Анатольевна

(звонить только с серьезным намерением)

ОСТОРОЖНО: китайский менталитет

Ведение бизнеса в любой точке мира основано на отношениях взаимного доверия, но для Китая эта истина верна как ни для какой другой страны. Нужно «всего лишь» построить хорошие отношения, и успех не заставит себя долго ждать. В то же время, если не получится понять китайского партнера и убедить его в том, что вам можно доверять, ни о каком успехе не может идти и речи. В Китае знание – сила, а отношения – золото.

Многие украинские бизнесмены, приезжая в Китай, понимают, что здесь свои законы и особенности ведения бизнеса. Но при этом они считают, что китайцы должны подстраиваться под их требования, под привычные в наших условиях модели бизнеса. Конечно, и в Китае работает правило «Клиент – король» («Клиент всегда прав»), однако долгосрочные и взаимовыгодные отношения имеют под собой совсем другую базу.

Неудивительно, что многие бизнесмены жалуются на то, что возникает огромное количество проблем, когда они пытаются выйти на рынок Китая.

Поэтому расскажем о тех особенностях китайского менталитета, соприкосновение с которыми приводит к недоразумениям или проблемам в отношениях между украинскими и китайскими бизнесменами.

Китайцы никогда не говорят прямо. Используют косвенную речь, уклончивую, витиеватую. Не нужно злиться или требовать прямого ответа, в их культуре общения это не принято. Нужно уметь слушать, чтобы понять, что осталось между строк, – зачастую важно именно то, что сказано не было. Китайцы используют непрямые, завуалированные, неоднозначные высказывания, уклончивые ответы, чтобы не обидеть другую сторону. Например, многие китайцы считают, что ответить на просьбу словом «нет» оскорбительно. Вместо этого они скажут: «Этот вопрос требует дополнительного изучения» или «Это будет трудно». Не нужно питать излишних иллюзий, если китайский партнер сказал вам: «Это интересно, надо обдумать, и мы обсудим в следующий раз этот вопрос». Лично я сталкивался с ситуацией, когда подобный ответ понимался нашими соотечественниками как положительный, хотя на самом деле китайцы использовали такую форму ответа вместо прямого «нет».

Следует отдельно отметить разницу между китайцами с Севера и с Юга. Северные китайцы более прямые и откровенные, но больше придерживаются формальностей. Южные китайцы предпочитают уклончивые ответы, более скрупулезны, обращают внимание на детали и мелочи. Один знакомый китаец объяснил эту разницу географическими особенностями: на Севере Китая преобладают равнины и степи, широкие просторы сказались на характере людей и их манере вести дела. На Юге же основную часть территории занимает горная и холмистая местность, что заставляло людей искать обходные пути, варианты обогнуть естественное препятствие. И это заметно в их характере.

У китайцев особое понимание выполнения обязательств. Так, среди бизнесменов распространено убеждение в необходимости быть честным. Конечно, мошенники и обманщики встречаются в любой стране,

но китайцы, как правило, все же намеренно не обманывают, а если так случилось, значит, на то были веские причины, к примеру неправильное поведение партнера. Сложность в том, что ситуацию нужно решать так, чтобы у вашего китайского партнера в будущем не затаилась обида на то или иное решение, которое, по его мнению, было несправедливым. Это может стоить вам дорого. В ваших же интересах решить все как можно лояльнее и выгоднее для вас, но в то же время дав сохранить лицо вашему партнеру. Если китаец сочтет, что партнер в чем-то не выполнил свои обязательства, то он легко может отказаться и от своих – без каких-либо объяснений.

У нашего украинского клиента был случай, когда он оплатил своему китайскому поставщику полимерного металла полную сумму стоимости продукции (по аккредитиву более $1 млн.), но с опозданием на несколько месяцев после подписания контракта и необходимости оплаты. Китайский завод счел это нарушением обязательств со стороны покупателя, металл отгружен не был, и деньги за металл также остались у завода и возвращены не были (бизнесмен стал клиентом нашей компании после этого случая).

Торг по цене в Китае абсолютно нормальное явление. Однако в последние годы, с повышением себестоимости китайских товаров, размеры получаемой скидки сократились. Украинские бизнесмены часто сами закладывают себе бомбу замедленного действия, заслышав, что в Китае реально получить скидку в 30-50% (что действительно реально на рынках розничной торговли, но не на заводах), и нещадно «давя» производителя по цене.

Все ценовые предложения в Китае рассчитываются на основе специальных прайсов на материалы/комплектующие. Разумеется, это только одна из составляющих себестоимости наряду с затратами на рабочую силу и электричество, накладными расходами и т.д. Плюс ко всему, прежде чем дать вам предложение, производитель добавляет свою прибыль. Однако в процессе торга именно себестоимость материалов играет ключевую роль, поскольку все остальные затраты едва ли могут быть изменены – невозможно повлиять на оклад рабочего или стоимость энергии.

Таким образом, стоимость используемых материалов остается единственным предметом для обсуждения. То есть когда вы просите поставщика снизить цену, это означает только одно – замену более дорогих материалов более дешевыми или обращение к субподрядчикам, которые используют более дешевое сырье. Оба варианта не в лучшую сторону отразятся на качестве вашего товара. Однозначно также, что китайцы не станут снижать долю своей прибыли. Если после нескольких ваших попыток они все же настаивают на том, что ваше предложение не принесет им прибыли, больше не настаивайте на своем и вы, иначе добьетесь только скрытого ущерба. Умейте найти грань, после которой качество товара неминуемо находится в обратно пропорциональной зависимости от его цены.

Одному из наших потенциальных клиентов, закупавшему абразивы в Китае, «удалось» снизить закупочную цену на 50%, что привело к поставке со стороны китайского поставщика низкокачественного товара, который оказался фактически непригоден для использования, и к большим потерям.

Этот случай также связан со следующей особенностью.

Китайцы редко отказываются от заказов, соглашаясь на желаемые вами сроки и условия. Но выполнять они будут, естественно, те, что являются более интересными по условиям платежа и цене, а также объему и перспективе дальнейшего сотрудничества. То есть если вы добились хорошей цены, выгодных условий платежа и сроков производства, это еще не значит, что вы добились успеха. Поскольку отгрузка может переноситься несколько раз, цена тоже может изменяться, не говоря уже о том волнении, с которым вы будете ожидать получения товара, чтобы проверить его качество.

Так, наш украинский клиент (опять-таки, обратившийся к нам после возникновения проблемы) получил хорошие условия оплаты и очень низкую цену на оцинкованный металл, осуществил предоплату за него (закупка шла через китайскую экспортно-импортную компанию). После этого сроки отгрузки переносились несколько раз, в результате поставщик сообщил, что клиент сделал закупку по слишком низкой цене, и теперь компания не в состоянии по такой стоимости закупить металл на заводе, чтобы отправить клиенту, потому надо ждать, пока цена снова опустится.

В Китае установление взаимопонимания – важная часть всего переговорного процесса. Лучше познакомиться со своими коллегами до деловых дискуссий. Здесь вначале заводят друзей, а затем заключают сделку.

Важно выстраивать продуманные и гибкие взаимоотношения с производителями. В Китае отношения ценятся очень высоко, без их развития на должном уровне долгосрочные деловые отношения не будут иметь крепкой основы и полной реализации своего потенциала. При этом, если ваше сотрудничество основывается на взаимном уважении и доверии, китайский партнер может отгрузить товар без получения оплаты за него.

Ключевой фактор успеха в бизнесе с китайцами – это понимание китайских истории, культуры и психологии. Нужно учитывать, что наша психология и наши методы ведения бизнеса очень сильно отличаются от китайских. Китай – это не просто другая страна, это другой мир – с другим пониманием хорошего и плохого, с совершенно другими понятиями и законами. Чем быстрее и яснее вы это поймете, тем легче и быстрее сможете найти партнера в Китае и достичь успеха в бизнесе с ним.

Марченко Вадим

К О М П А Н И Я

«УКР-КИТАЙ ИНТЕРЬЕР»

Сегодня на рынке как никогда много предложений мебели, предметов интерьера, декора, и поэтому вопрос

КАК ИМЕТЬ ЛУЧШЕЕ ЗА РЕАЛЬНЫЕ ДЕНЬГИ?

как никогда актуален...

Как превратить свою мечту в реальность, уйдя от серой монотонности и однообразности?
Как сэкономить деньги и при этом не потерять в качестве?
Как с минимальными рисками сделать это быстро и эффективно?

Сегодня в Китае производится более 60% товаров всего мирового оборота. Ведущие мировые компании разместили свои производства в этой стране. Часто вещи, изготовленные в Китае, продаются как европейские, по более высокой цене. Это касается в первую очередь мебели и товаров для дома. Так зачем же переплачивать?

«Укр-Китай Интерьер» предлагает вам
комплексное решение комплектации домов, квартир, офисов, гостиниц
мебелью и предметами интерьера.

«Укр-Китай Интерьер»
Бизнес-центр «Рент Хаус»
03039, Украина, г. Киев, ул. Голосеевская, 7а, корп. 2, офис 4/2

Тел.: + **38 (044) 599-60-60**
www.ukr-china.com/Services/shop-tours/

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ШОП-ТУРЫ В КИТАЙ!

Шоп-туры, организованные нашей компанией, проходят в городе Гуанчжоу.

По прилете в Китай вас встретит и сопроводит в гостиницу опытный переводчик-сопровождающий, он же организует посещение магазинов. Переводчик-сопровождающий удобен тем, что подсказывает вам ход ведения переговоров с учетом специфики менталитета и традиций китайского народа.

Наша компания также может для вас

- заказать билеты,
- оформить визу,
- подобрать удобные сроки поездки,
- забронировать удобную гостиницу,
- порекомендовать фабрики и магазины для посещения, исходя из ваших потребностей.

! Деньги и товар случайным агентам **не доверяйте**

После приобретения вами товара мы отслеживаем ваши заказы, консолидируем товар на своем складе в Гуанчжоу, четко проверяем его качество и количество, отправляем товар в Украину, самостоятельно осуществляем его таможенную очистку и доставляем по указанному вами адресу.

Шоп-туры, организованные «Укр-Китай Интерьер», – это уникальная возможность совместить приятное с полезным.

Приняв решение отправиться в шоп-тур, вы приобретете для себя массу выгод и преимуществ, а именно:

1. Экономите время.

Комплексная поездка в Китай занимает всего лишь 7-14 дней в зависимости от потребностей. В Украине же ежедневные поездки в магазины потребуют гораздо больше времени, что часто становится утомительной процедурой для новоселов.

2. Экономите деньги.

По данным наших клиентов, их затраты уменьшаются в 2-3 раза по сравнению с покупкой всего того же в Украине.

3. Имеете широкий выбор продукции, даже на самый изысканный вкус.

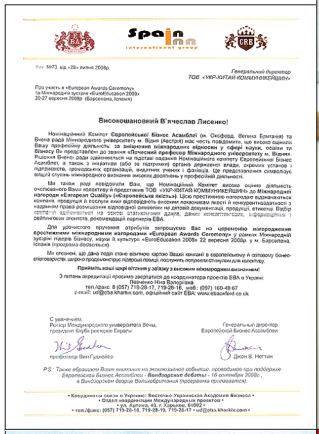
В Китае вы посетите целые города света, мебели, сантехники. Многие товары являются эксклюзивом и могут быть изготовлены только для вас.

4. Знакомитесь с Китаем – одной из интереснейших стран мира, совмещая полезное с приятным.

5. И самое главное, вы получаете ГАРАНТИИ того, что ваш товар приедет из Китая в нужном ассортименте, качестве и ваши деньги не пропадут.

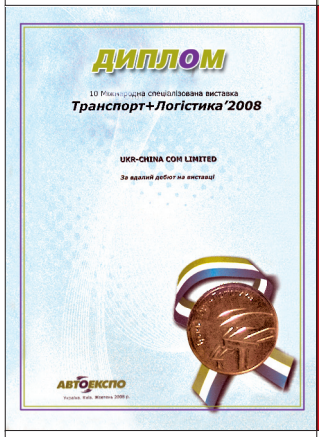
Не верите? UKR-CHINA INTERIOR Проверьте.

10 ШАГОВ
к успешному бизнесу



Высокошановний В'ячеслав Лисенко!

Успеха в бизнесе достигают немногие. Ясное дело, можете возразить вы, ведь успех, как и правда, у каждого свой. Действительно, успех в бизнесе – он либо есть, либо его нет. Критерии успеха – для всех одинаковы. А вот дороги, которые к нему ведут, понимание успеха и отношение к нему – у всех предпринимателей разные. Своим опытом построения успешной компании делится генеральный директор холдинга «Укр-Китай Коммуникейшин» Лысенко Вячеслав.



НАЧАЛО НАЧАЛ

По истечении всего лишь трех лет компания «Укр-Китай Коммуникейшин» превратилась в мощный успешный холдинг компаний. В чем секрет успеха, спросите вы? Сразу же отвечу, что мой рецепт не претендует на истину. Это мой опыт, это мой путь. Это то, что познавалось ценой усилий и трудоемкой работы, взлетов и падений, разочарований и окрыляющих достижений.

ШАГ 1, ИЛИ ВНУТРЕННЕЕ НАМЕРЕНИЕ И ВЕРА В УСПЕХ

Каждый предприниматель в начале бизнес-карьеры должен быть искренне нацелен на успех своего предприятия, верить в него. Многие предприниматели, увы, недооценивают этот фактор. Какое намерение на успех, какая вера, здесь хотя бы выкрутиться как-то, скажут многие. Нужно ли говорить, что с такими намерениями любые начинания, за которые возьмутся эти люди, будут провальными. Поверите ли вы, что Эдисон или Билл Гейтс изначально сомневались в успехе своего еще только начинающегося детища? Ведь, как говорится, что ты думаешь, тем ты и станешь.

Еще только обдумывая планы по построению компании, я знал, что она обязательно будет успешной. Во-первых, на то время у меня в профессиональном багаже имелся опыт построения успешной компании «с нуля». И без помощи «извне», исключительно за счет личных ресурсов. Во-вторых, тогда на отечественном рынке не было компаний, специализирующихся на работе с Китаем и предоставляющих полный спектр услуг для предпринимателей Украины. Я понимал, что на рынке витает запрос на эту услугу – создание централизованной компании, специализирующейся исключительно в данном направлении, имеющей центральный офис в Украине и филиалы в Китае. Вопреки тому, что на то время (да и сейчас) многие «по старинке» работают с Китаем «челночным» способом, я не сомневался, что мое предприятие будет успешно. Ведь разумные предприниматели и предприниматели, которые настроены на долгосрочный, системный и эффективный бизнес, понимают: в нынешнее время острой конкуренции будущее – за профессионалами. И здесь помощь аутсорсинга сложно переоценить. Уверен, и в жизни, а тем более в бизнесе, каждому достается по вере его. И, конечно же, по усилиям.

ШАГ 2, ИЛИ СОЗИДАТЬ! ТВОРИТЬ! РАБОТАТЬ!

Многие забывают известную мудрость – под лежащий камень вода не течет. Без труда не выловить и рыбки из пруда, не говоря уже о том, чтобы построить успешную компанию. Секрет успеха всех успешных людей кроется в работе. Вспомните Генри Форда, который организовал серийное производство автомобилей, да кого угодно из успешных и известных бизнесменов. Никто из них не достиг успеха, покуривая сигары на диване. Секрет успеха заключается именно в работе. Я заметил, что успешные люди, как правило, работают настойчиво – на все 100% и эффективно, рассчитывают на собственные силы, а не на волю случая. Их работа – это творчество, увлечение, хобби, поиск нестандарта. Итак, действуйте! Работайте! Не бойтесь созидать и творить! Найдите то, что будет вам по душе.

Я для себя уяснил: успех – это не случайность. Успех – это результат личного труда, упорства и тщательной работы над собой, своеобразный тест на искренность намерений в бизнесе. Когда мы создавали компанию «Укр-Китай Коммуникейшин», мы работали подчас по 12 часов, но когда занимаешься тем, что любишь, это уже в удовольствие, так как творчество и созидание вдохновляют на еще более новые и интересные проекты!

ШАГ 3, ИЛИ УЧИТЬСЯ, УЧИТЬСЯ И ЕЩЕ РАЗ УЧИТЬСЯ!

Как говорит китайская мудрость, «если бы люди стремились совершенствовать сами себя вместо того, чтобы спасать весь мир…». Одно из важных правил успеха – учиться. Ежедневно и ежечасно! Не стесняйтесь признаваться себе в необходимости повысить личный профессиональный уровень, принимайте и извлекайте полезное из уроков, которые предоставляют вам жизнь, пространство, окружение, люди, находящиеся рядом. Читайте профессиональную литературу, изучайте мировой опыт и опыт успешных компаний, консультируйтесь у признанных авторитетов и профессионалов. Посещайте профессиональные и личностные тренинги, проводите и заказывайте командные тренинги! Вкладывайте деньги в свое образование и образование вашей команды – поверьте, эта инвестиция окупится вам сторицей!

У всех членов моей команды – высшее образование и стремление совершенствоваться профессионально и личностно. Мы часто проводим корпоративные профессиональные тренинги, обучаем персонал. К примеру, пару лет назад на день фирмы заказали тренинг командообразования у компании Team Extreme. Было очень полезно и эффективно. Масса открытий, уроков, выводов. Некоторые из команды усилили внутри себя такие понятия, как инициатива, доверие, ответственность.

Я также постоянно веду семинары, выступаю консультантом для ряда фирм. В 2008 г. решил обучаться по программе MBA в Международном институте менеджмента «МИМ-Киев», но уже через год оставил обучение, поскольку пришел к выводу, что старые стратегии в период высокой турбулентности бизнеса не работают. Мир стремительно развивается, и чтобы получать информацию из первоисточника, по возможности, когда бываю в Китае, изучаю китайский язык и совершенствую английский. Как это все успеть, спросите вы?

Очень просто: тот, кто хочет, ищет возможности, кто не хочет – причины.

ШАГ 4, ИЛИ УЧИТЬСЯ НА СВОИХ ОШИБКАХ

«Если б я был такой умный «до» как ты «после»…» В моей жизни один раз была сделка в потерю суммы, состоящей не из одной сотни тысяч долларов. Проанализировав ситуацию с разных сторон, я определил, что это не потеря, а находка. Я постоянно думал, что я могу полезного извлечь из этого…

Я записал более 30 уроков. И решил, что это самый дорогой в моей жизни тренинг. Спустя 3 года я уже понял, что это был прорыв к пониманию специфики бизнеса, и после этого я уже предлагал другую схему работы партнерам. От чего выигрывали три стороны – мы, как компания, китайский производитель и украинский заказчик!

Бизнесмену очень важно сформировать правильное отношение к неудачам, которые, кстати, неизбежны. Почему? Во-первых, в любом бизнесе присутствует определенная доля риска. Ну а во-вторых, бояться неудач – значит притянуть и материализовать их в реальной жизни. Нужно уметь извлекать из них максимальную пользу. «Одной шишкой больше, одной меньше. Ну какая польза от неудач?» – удивятся многие. И все же будьте благодарны вашим ошибкам – именно они являются вашими помощниками в продвижении к цели. Именно ошибки делают нас сильнее, мудрее, внимательнее, осторожнее и профессиональнее. И при этом, конечно, помните об управлении рисками, тогда ошибки можно свести к минимуму. И все же, если уж так случилось, что вы постигли неудачу, двигайтесь дальше. Как говорит Коул Эд: «Вы не утонете, упав в воду, вы утонете, оставшись лежать в ней». Анализируйте, размышляйте, думайте, делайте выводы и усваивайте уроки – и, уверен, вы будете еще на один шаг ближе к своей цели.

ШАГ 5, ИЛИ КАДРЫ РЕШАЮТ МНОГОЕ!

Построение успешного и развивающегося бизнеса, успешное и оперативное решение поставленных задач невозможно без формирования команды профессионалов и ее скоординированной, синергичной работы. Ну что, казалось бы, сложного в том, чтобы сформиро-

вать профессиональную и слаженную команду? Разместить объявление в Интернете, гарантируй персоналу приличную зарплату – и, пожалуйста, только успевай открывать двери перед потенциальными сотрудниками, да выбирай лучших! Однако на практике эта задача не из легких, ведь речь идет не просто о наборе квалифицированного штатного персонала. Помимо высоких профессиональных характеристик, каждый член команды должен разделять общие ценности, видение развития компании и обязательства компании, быть органичной частью компании, ее визиткой, продолжением, неотъемлемой частью.

В 2005 г. никто в компании «Укр-Китай Коммуникейшин» и представить не мог, что через пять лет этот бизнес-холдинг будет иметь такую силу и авторитет в бизнес-пространстве как Украины, так и КНР. Наша команда – это достаточно компетентные в своей отрасли люди, известные в своих кругах эксперты, молодые и талантливые менеджеры. Сегодня холдинг «Укр-Китай Коммуникейшин» – это команда профессионалов. И я верю, что так будет и дальше, мы в командном потенциале будем только наращивать потенциал!

ШАГ 6, ИЛИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ВОСТРЕБОВАННОЙ УСЛУГИ И ОРИЕНТАЦИЯ НА КАЧЕСТВО

Какая это услуга – востребованная? Что значит быть востребованным? По моему мнению, востребованность – это не просто необходимость, актуальность, потребность в ком-либо или в чем-либо. Востребованность – это еще и соотношение масштаба спроса на данную услугу и имеющегося предложения на рынке труда. Многие забывают об этом… Трезво оценивайте ситуацию, проведите тщательный мониторинг ситуации на рынке. Взвесьте все за и против, закажите маркетинговое исследование. То же касается и качества предоставляемых услуг. Качество предоставляемой услуги – это как первое впечатление. Как известно, второго шанса произвести первое впечатление – не бывает. Так и с качеством: если вы однажды скомпрометировали себя перед клиентом, будет достаточно сложно убедить его обратиться к вам повторно.

К созданию компании «Укр-Китай Коммуникейшин» я шел более 10 лет. Все это время я занимался бизнесом – автомобильным, пищевым… Нужно отметить, что организаторские и коммерческие способности наблюдались у меня еще в студенческие времена. С юности меня очень увлекала тема Востока в целом и Китая в частности – китайская культура, философия, образ жизни, восточные единоборства. И вот уже с 2003 г. я все чаще стал задумываться о том, чтобы совместить «полезное» и «приятное» – создать собственную компанию, профессионально занимающуюся «китайским направлением». Накопив богатый опыт сотрудничества с китайцами в разных отраслях экономики, я понимал – в Китае находятся интересы многих украинских бизнесменов, четко обозначен стандартный круг проблем, с которыми они сталкивались. Я также понимал, что решить эти проблемы можно было только путем физического присутствия в государстве. Но зачастую разовые поездки были неэффективны в связи с незнанием менталитета и родного языка китайских предпринимателей, отсутствием связи с административным ресурсом, незнанием законов страны, где правит специфический социалистически-капиталистический режим. На рынке Украины не было компаний, специализирующихся на работе с Китаем и предоставляющих полный спектр услуг для предпринимателей Украины – от контроля качества отгружаемой продукции до ее доставки «к двери» с полным пакетом документов. Именно так возникла идея создать компанию-«мост», соединяющую предпринимателей Украины и Китая и имеющую центральный офис в Украине и филиалы в Китае. Это открывало бы для украинских предпринимателей новые возможности и перспективы. В ноябре 2005 г. такая компания была зарегистрирована. Началась работа по созданию высокоэффективной команды, реализующей задуманное.

Сейчас девиз нашего холдинга – качество, качество и еще раз качество предоставляемых услуг и продуктов. Мы честны перед своими клиентами: стремимся брать на себя обязательства, которые можем выполнить, и стремимся к высоким стандартам их выполнения. Мы и вправду экономим финансы и деньги наших клиентов, высвобождаем их энергию для других бизнес-проектов. Мы обеспечиваем бесперебойность поставок и дополнительную выгоду от сотрудничества с китайскими предпринимателями.

ШАГ 7, ИЛИ ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

«Когда идешь по дороге, нельзя смотреть только под ноги, нужно видеть то, куда идешь, а то и вовсе заблудишься» – написал Кэрролл Льюис в «Алиса в стране чудес». В бизнесе это правило – золотое и очень важное.

В создании Видения компании необходимо обязательно предусмотреть общую стратегию развития компании, функциональные и конкурентные преимущества и особенности. Важно также иметь долгосрочное видение, к чему идете? К чему стремитесь? Чего хотите для себя, компании, партнеров, клиентов, города, страны? Диснея Уолта давно нет в живых, а его видение парков до сих пор реализуется…

Также важно иметь достаточно четкую стратегию движения к желаемому видению, корпоративную карту-библию, где прописаны миссия, задачи, долгосрочные и краткосрочные цели, этапы и скорость их достижения, путь к успеху, правила, кодекс чести в компании и возможности карьерного роста.

Да, возможно, на первый взгляд дорога покажется сложной, но это лишь на первый взгляд. Важно в бизнесе создавать живую работающую систему…

ШАГ 8, ИЛИ ПЛАНИРОВАНИЕ

Планирование – важный этап в развитии и бизнеса, и руководителя, и команды. Многие удивятся: конечно, стратегию пиши, еще и планы составляй, сколько писанины, когда же работать? Однако вся эта «писанина» с ее четким исполнением приближает вас к успеху в бизнесе.

Составляйте планы, и стратегические, и тактические – на день, на неделю. Планируйте деятельность личную и команды. По моему опыту, могу заметить, что планирование развивает и у руководителя, и у команды стратегическое, перспективное мышление, способствует четкому пониманию личных задач и целей компании, позволяет организоваться и мобилизовать энергию, отмежеваться от дел второстепенной важности. Составление плана и его реализация – это то, что делает работу команды и компании эффективнее, а значит – успешнее.

Прописав планы, остается только их сделать. Может, поэтому мы их подчас и не пишем?

В нашей компании это уже традиция – в конце года делать анализ уходящего года, извлекать уроки и с учетом полученного опыта выстраивать командное видение будущего. Команда собирается в одном пространстве и два полных дня уделяет только этому – планированию года. Затем составляется единый план с учетом планов каждого. Поверьте, это стоит сделать!

ШАГ 9, ИЛИ ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА

Знакомясь с биографиями многих успешных бизнесменов, я заметил один интереснейший факт: они все обладали не только профессиональными, но и особыми личными качествами. Как говорится, успех – это 90% таланта и 10% работы.

Любой человек, безусловно, свободен в выборе вида предпринимательской деятельности. Однако «себя любимого» идеализировать не стоит. Начните с анализа личных активов. Что вас привлекает? Где ваши сильны стороны? А слабые? Не лукавьте и «не добавляйте красок» в свой образ, ведь успех в вашей будущей деятельности во многом зависит от вашей честности с самим собой. Уверен, что хороший руководитель должен обладать рядом личных, профессиональных и лидерских качеств, иметь особый способ мышления. Он – аналитик и интуит, гибкий и настойчивый, ответственный и устойчивый в неоднозначных ситуациях, инициативный и коммуникабельный.

Не стоит приуменьшать и личные качества членов своей команды. Ведь это – важная составляющая успеха вашей компании. Думаю, не найдется бизнесмена, который доверит «участок работы» профессиональному, но склонному ко лжи и зависти, склокам и сплетням сотруднику. Моя команда состоит из личностей! Их качества – честность и порядочность, целеустремленность и самодисциплина, ответственность и трудолюбие, энтузиазм и вовлеченность, мобильность и гибкость, готовность к изменениям и постоянное стремление к саморазвитию. Мои сотрудники – открыты и позитивны, а для меня принцип в подборе кадров – сначала кто, а затем что!

ШАГ 10, ИЛИ С ПОЗИТИВОМ ПО ЖИЗНИ

Встречались ли вам на пути успешные и процветающие пессимисты? Мне – нет, думаю, и вам также. Среди успешных бизнесменов пессимистов не наблюдается. Стоит ли упоминать о том, как важно в бизнесе иметь позитивный настрой и такое же позитивное отношение к людям. Помните, как гласит известная китайская пословица: «Не умеешь улыбаться – не начинай торговлю».

Исследования показывают, что именно оптимисты, люди с позитивным взглядом на жизнь, способны скорее достичь успеха, чем люди с более высоким IQ, с лучшим образованием, но без позитивного взгляда на жизнь. Считается, что оптимисты скорее устанавливают контакты с различными людьми, легче улаживают конфликтные ситуации, они располагают людей к общению. Формируйте позитивное отношение к работе у себя и у своей команды. Добавьте в свою работу больше радости – искренне радуйтесь большим и маленьким победам, стратегическим и тактическим достижениям! Добавьте позитива, может быть, именно такого спутника не хватает вашему спеху?

В холдинге «Укр-Китай Коммуникейшин» – позитивные люди. Мы стремимся уметь работать и отдыхать, радоваться и огорчаться, ценить жизнь, ее подарки, сюрпризы, уроки.

Любите свою жизнь, себя, людей, окружение, дело, которым вы занимаетесь. Позитива, положительных эмоций и радостных событий вам! Верю, что успех обязательно будет шагать с вами «в одну ногу», а деньги будут липнуть к вам со всех сторон.

Лысенко Вячеслав

«УКР-КИТАЙ ЛОГИСТИКА»

Комплексно оценивая ситуацию в портах и с позиции импортера, и с позиции экспедитора, имея возможность предоставлять наивысший экспедиторский сервис, компания «Укр-Китай Коммуникейшин» создала собственную транспортно-экспедиторскую компанию «Укр-Китай Логистика».

Основной принцип работы компании «Укр-Китай Коммуникейшин» – контроль груза на всех этапах его следования. Кроме того, являясь крупным и активным участником внешнеэкономической деятельности, компания «Укр-Китай Коммуникейшин» понимает основные проблемы процесса доставки (срывы сроков, некачественный сервис) и главные требования к качественной перевозке. Именно поэтому генеральный директор компании Лысенко Вячеслав принял решение об открытии собственной транспортно-экспедиторской компании, предоставляющей сервис наивысшего качества.

В 2008 г. в Одессе на базе ООО «Укр-Китай Коммуникейшин» создана экспедиторская компания «Укр-Китай Логистика». Ее цель – своевременная доставка грузов отечественным импортерам и полный контроль процесса перевозки «от двери к двери».

По убеждению руководства компании, отношение к экспедитору как к исполнителю с позиции «я заказчик – я плачу» постепенно уходит в прошлое. В наши дни большинство руководителей осознает, что вознаграждение экспедитора можно снизить до минимума. Однако скупой платит дважды: как показывает многолетняя практика, такой экспедитор редко когда является надежным партнером. Ведь большинство экспедиторских компаний состоит из 5-10 человек, готовых работать за минимальное вознаграждение. Они наверняка будут стараться предоставить наилучший сервис, но одного желания мало. У таких компаний отсутствует необходимая финансовая база, как следствие, наблюдаются низкий уровень профессионализма, недостаточно налаженные деловые отношения с портовыми службами, что затрудняет решение возникающих нештатных ситуаций с линией либо в порту.

Эксперты компании «Укр-Китай Логистика» комплексно оценивают ситуацию в портах и с позиции импортера, и с позиции экспедитора. Мы предлагаем отечественным предпринимателям качественно новый подход к потребностям заказчика. Для этого у нас есть сильная профессиональная команда, собственные офисы в Китае, многолетний опыт успешной работы в портах, сложившиеся крепкие деловые отношения с руководством портов, таможни, судоходных линий и служб порта. Все эти факторы позволяют нам предоставить фрахт по конкурентным ставкам на судах, имеющих прямые судозаходы, портовое экспедирование в самые сжатые сроки.

Сегодня открыто три офиса компании «Укр-Китай Логистика» – в Киеве, Одессе и Ильичевске. Офис в Одессе занимается непосредственно осуществлением и координированием процесса перевозки «от двери к двери». Офис в Ильичевске позволяет нашим сотрудникам быть всегда в пределах порта и иметь под рукой все, что необходимо для оперативного и успешного оформления документов. Мы хотим быть ближе к нашим клиентам, мы хотим, чтобы наши клиенты воспринимали нас как надежного партнера. Именно поэтому в наших планах на 2011 г. – открытие представительств и в других крупных городах Украины.

С каждым из наших заказчиков эксперты компании «Укр-Китай Логистика» формируют прочные партнерские отношения. Ведь только уважая экспедитора, выбирая и воспринимая его как надежного и сильного партнера, можно быть уверенным в безопасности доставляемого груза. Удачного вам выбора!

Гуля Игорь, директор ООО «Укр-Китай Логистика»

к о м п а н и я

«УКР-КИТАЙ ЛОГИСТИКА»

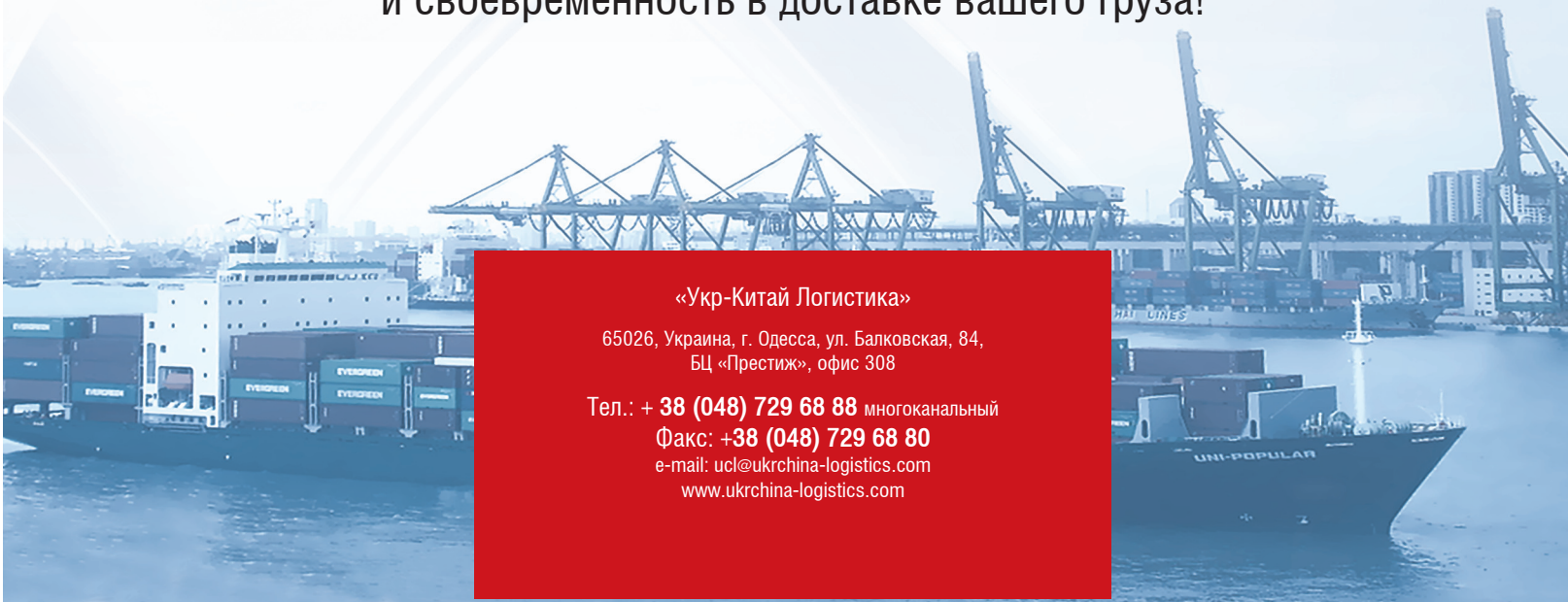
Транспортно-экспедиторская компания «Укр-Китай Логистика» создана в рамках холдинга «Укр-Китай Коммуникейшин». Среди партнеров «Укр-Китай Логистика» – крупнейшие судоходные, автомобильные и железнодорожные перевозчики, брокерские и складские компании, что гарантирует клиентам достойный сервис.

Н а ш и у с л у г и

- Фрахтование
- Брокерские услуги
- Наземная доставка авто- и железнодорожным транспортом, портовые и таможенные формальности
- Доставка контейнерных грузов «от двери к двери»

Профессиональная команда, собственные офисы в Китае и Украине, собственные агенты в Турции, Индии, ЕС, США и других странах, многолетний успешный опыт работы в грузоперевозках позволяют специалистам компании «Укр-Китай Логистика» обеспечить эффективное управление процессом на этапах доставки товара и полный контроль за движением груза.

«Укр-Китай Логистика» –
это эффективность, надежность, качество
и своевременность в доставке вашего груза!



«Укр-Китай Логистика»

65026, Украина, г. Одесса, ул. Балковская, 84,
БЦ «Престиж», офис 308

Тел.: + **38 (048) 729 68 88** многоканальный
Факс: +**38 (048) 729 68 80**
e-mail: ucl@ukrchina-logistics.com
www.ukrchina-logistics.com

ХОЧУ, МОГУ, БУДУ!

Команда холдинга «Укр-Китай Коммуникейшин» убеждена: в бизнесе нет недостижимых целей. Вера в успех предприятия и в себя, четкое планирование собственной деятельности – основные составляющие успеха как команды в частности, так и компании в целом. Часто люди достигают успеха только потому, что им и в голову не приходит, что они затеяли нечто трудное или невероятное. Порой достаточно избавиться от убеждений, ограничивающих собственные возможности. Насколько успешны вышеупомянутые принципы на практике, а точнее, на примере холдинга «Укр-Китай Коммуникейшин», мы узнаем из беседы с коммерческим директором этого предприятия Семенихиной Лесей.

Многие предприниматели до сих пор считают, что основополагающими качествами, позволяющими достичь успеха в бизнесе, являются профессиональные навыки. Такие характеристики, как вера в себя, вера в успех задуманного, убежденность в собственных способностях, макро- и микропланирование собственной деятельности и деятельности предприятия очень часто недооцениваются. Анализируя опыт работы холдинга «Укр-Китай Коммуникейшин», убеждаемся – совершенно зря!

• Леся, как удается вам, такой хрупкой женщине, справляться с задачами коммерческого директора крупного холдинга (который к тому же работает с китайскими производителями, чья ментальность разительно отличается от нашей) и совмещать это с ролью мамы и жены? Более того, вы еще выступаете в специализированных изданиях как эксперт по внешнеэкономической деятельности с Китаем, часто выполняете роль спикера на семинарах и конференциях. В чем ваш секрет?

На самом деле секрета вовсе и нет. Мне нравится фраза Сократа, что жизнь не так проста, как кажется, – она гораздо проще. В этом я убеждалась множество раз, поэтому любую глобальную, недоступную или недостижимую (либо труднодостижимую) на первый взгляд цель стараюсь максимально разбить на простые понятные шаги, задачи. Даже ребенок в детском саду знает, что слона можно съесть по частям, вот и нам, взрослым, следует помнить, что мечту можно реализовать через простые ежедневные действия, которые ведут в нужную сторону.

Просто я люблю то, чем занимаюсь. Меня всегда интересовала внешнеэкономическая деятельность, ее возможности и подводные рифы, мне нравится разрабатывать стратегии, вырабатывать процедуры и искать нестандартные пути.

Также для меня важно, чтобы были мотивация, желание достичь цели. А уж когда я знаю, зачем это делаю, то нахожу методы и способы, как достичь желаемого. Тогда появляется масса энергии, а остальное – уже вопрос времени.

Поэтому мой секрет, который хочу раскрыть читателям, больше похож на рецепт со многими ингредиентами, и заключается он в следующем:

- любить ту сферу жизни, ту область, в которой ставится цель (любить работу, любить семью, любить хобби и т.д.);
- понимать, к чему движешься и чего хочешь;
- видеть последствия достижения цели и понимать ради чего все это, что мне это дает;
- быть устойчивым в намерении и волей удерживать в фокусе цель;
- рассматривать проблемы как тесты на зрелость – личностную, профессиональную, а иногда и духовную... (Это как экзамен: сдал – перешел в следующий класс, не сдал – остаешься на второй год, то есть снова будешь ставить ту же цель);
- уметь переводить любую проблему в задачу с неизвестным, стремиться сделать его известным, найти решение;
- поставить четкую, конечную, измеримую, реальную цель, и еще – чтобы она находилась в зоне контроля. Если вы не влияете на ее достижение, ставьте другую цель. Результат должен зависеть от вас и вашего влияния;
- прописывать план по достижению цели. Он может быть подробный, а может содержать только основные этапы. Это зависит от того, насколько сложная эта задача для меня, достигала ли я ее раньше;
- держать в фокусе цель и план по ее достижению, периодически делать ревизию, анализировать проделанную работу;
- искать альтернативные варианты достижения цели, если первоначальный план не работает.

> Воспринимаю проблемы как тесты на профессиональную и личностную зрелость. Это как экзамен: сдал – перешел в следующий класс, не сдал – остаешься на второй год

Успевать можно много! Это зависит от желания и порядка в голове – мыслях, убеждениях, ценностях. Часто ведь бывает, что все смешалось – «кони, люди»... Структурирование задач, понимание, что и когда, планирование времени для отдыха и досуга с семьей и близкими высвобождают массу ресурсов. У всех ведь 24 часа в сутки, а распоряжаемся мы ими по-разному. Я тоже далеко не идеал. Маргарет Тэтчер куда больше меня за день успевала сделать (*смеется*).

• Вы – коммерческий директор успешного холдинга, среди клиентов которого – крупные и известные отечественные компании. Чем обусловлен успех компании? Какие качества, по вашему убеждению, являются залогом успеха в бизнесе?

Необходимо понимать: бизнес – это и большая игра, и состязание, и творчество одновременно. Где-то нужно проявить неординарность и смекалку, где-то настойчивость и твердость, где-то первичные знания, умения и навыки. Важны профессионализм и целеустремленность, умение отстаивать свою позицию, умение убеждать и аргументировать в переговорах. Чтобы быть успешным, бизнесмен должен обладать разными качествами.

• Считается, что в бизнесе не принято мечтать, в бизнесе есть место исключительно жестким прагматикам. Разделяете ли вы такую точку зрения? Есть ли у вас профессиональная мечта?

Конечно, все мы мысленно о чем-то мечтаем. Мечта – это то, чего хочется достичь в идеале. Думаю, даже жесткий прагматик выстраивает план исходя из своей мечты. Ведь для каждого человека именно мечта – сильнейший мотиватор.

На сегодняшний день для меня очень важно развитие компании, в которой работаю, – «Укр-Китай Коммуникейшин». У нас, как у команды, есть видение – мечта, к которой мы стремимся, то, что вдохновляет и дает энергию, то, чего мы хотим достичь. Вместе с развитием компании будут реализовываться и мои профессиональные мечты. Одна из них – обучение по программе MBA.

• То есть вы планируете свою деятельность и деятельность команды? А планируете как – на день, неделю, месяц? Вы прописываете планы на бумаге или формулируете их «про себя»?

Да, у нас в компании принято планировать. Речь идет о макро- и микропланировании. Мы планируем работу команды и компании на год, квартал, месяц, неделю, день. И четко фиксируем наши планы на бумаге. Кому-то это может показаться пустой тратой времени. Но поверьте мне, планирование действительно делает цели могущественными, а жизнь – наполненной и осмысленной.

К примеру, я свой годовой план – и рабочий, и личный – составляю уже пять лет. Для меня он как

путеводитель, в котором прописаны цели во всех областях жизни. Это похоже на карту сокровищ с определенными препятствиями, приключениями, неожиданностями и сюрпризами, а результат – найденный клад! И здесь, конечно, просто необходимы и умение, и интуиция, и знание себя, своих выигрышных стратегий поведения, возможных слабостей.

Мой план обозначаю я. Это то, чем я живу в этом году. Ведь жизнь без цели – как дорога в никуда, это путь хаоса и экспериментов. Каждый из нас сам формирует свою судьбу, через формирование событий каждого дня стремясь к заданному и желаемому. Результаты работы с годовым планом очень впечатляют и окрыляют ставить еще более могущественные цели. Свой первый «в робкую» составленный план в конце года я выполнила на 90%. Для меня это было одновременно неожиданностью и открытием! Ведь я просто каждый день выполняла запланированные, текущие дела. И вот, подводя итоги, я увидела, что фактически все цели были достигнуты, хотя на момент обозначения желаемого и составления плана некоторые из них были на уровне мечты и казались недосягаемыми.

Нужно действовать, действовать и еще раз действовать! Задуманное достигается иногда с меньшими усилиями, чем мы предполагаем, и порой совершенно невероятным путем. В бизнесе нет недостижимого!

Поверьте, приятно в конце года сделать анализ результатов и наполниться энергией достижений. Ощутить свою силу. Осознать уроки года и сравнить себя с собой год назад, удивившись собственному росту. Это позволяет гордиться собой, повышает самооценку, вдохновляет на новые цели и достижения.

• Если я вас правильно поняла, недостижимых целей нет… В бизнесе тоже отсутствуют недостижимые цели?

Если цель выстроена согласно SMART, прописан четкий план по ее достижению, есть искренняя убежденность и вера в успех задуманного предприятия, – уверена, что цель будет достигнута. Этот принцип одинаково работает и в бизнесе, и в личной жизни (*улыбается*).

• А если в процессе работы вам встречаются препятствия на пути к цели, как их преодолеваете?

Для меня хороший способ преодоления препятствий – поиск альтернативного варианта достижения цели. Хороший план – это когда есть два, а еще лучше – три плана. В таких ситуациях я задаю себе вопросы: «А какие есть еще мыслимые и немыслимые способы достижения?», «Что я могу еще сделать по-другому?», «Есть ли кто-то, кто уже достигал такой цели, если да, то как он это делал?».

Думаю, не всегда нужно преодолевать препятствия, ведь на это уходит много энергии и сил. Гораздо проще их обойти (найти другой вариант решения) и продвигаться дальше к поставленной цели…

• Делитесь ли вы, как коммерческий директор, своими профессиональными целями с командой?

В нашей компании принято делиться целями на всех уровнях – от менеджера до генерального директора. Очень важно озвучивать то, что собираешься делать. Озвучивая цель при команде, получаешь ее поддержку. Коллективные разум и мозговые штурмы добавляют новые идеи, позволяют увидеть дополнительные способы реализации поставленной цели, оптимизировать процесс ее достижения. Таким образом, цель становится командной. А ведь в команде, как известно, по закону синергии 1+1 равно не 2-м, а 3-м.

Исходя из общих целей компании, каждый руководитель прописывает цели и для себя, и для руководимого им отдела. Ежемесячно на отчетных собраниях озвучиваются выполненные цели, обсуждаются и ставятся новые. Обязательно делается ревизия целей и планов – возможно, что-то стало неактуально либо же изменилось. Бизнес развивается очень стремительными темпами, и успешным становится тот, кто умеет

вовремя перестраиваться и находить новые нестандартные решения.

• Какие из направлений компании вы планируете развивать особенно активно в ближайшее время и почему?

Одним из принципов работы нашей компании является непосредственный контроль груза на всех этапах

> Успевать можно! Структурирование задач, понимание, что и когда, планирование времени для бизнеса, отдыха, досуга с семьей высвобождает массу ресурсов

его следования, поскольку мы несем ответственность перед клиентом за сроки поставки, качество продукции, сохранность груза в целом. Для этого у нас существуют собственные представительства в Китае, которые контролируют китайскую часть поставки, – сроки производства продукции, качество, отгрузку с завода. В Украине киевский офис поддерживает отношения с клиентами, контролирует вопросы таможенной очистки, передачи груза клиенту. Недостающим звеном контроля всей цепочки было наличие собственной транспортно-экспедиторской компании. В этом году в Одессе в рамках холдинга «Укр-Китай Коммуникейшин» была проведена реструктуризация компании «Укр-Китай Логистика». Теперь она сможет еще более качественно решать вопросы транспортной доставки и портового экспедирования. Наша цель – обеспечить клиенту качественный сервис по доставке грузов.

• Есть ли у вас девиз? Какая установка помогает вам быть эффективным управленцем?

Да, у меня есть девиз: хочу, могу и буду! Это мое жизненное кредо, оно помогает мне и в работе, и в жизни. В любой ситуации ищу варианты решений, исследую ситуацию, имеющиеся ресурсы – и вперед!

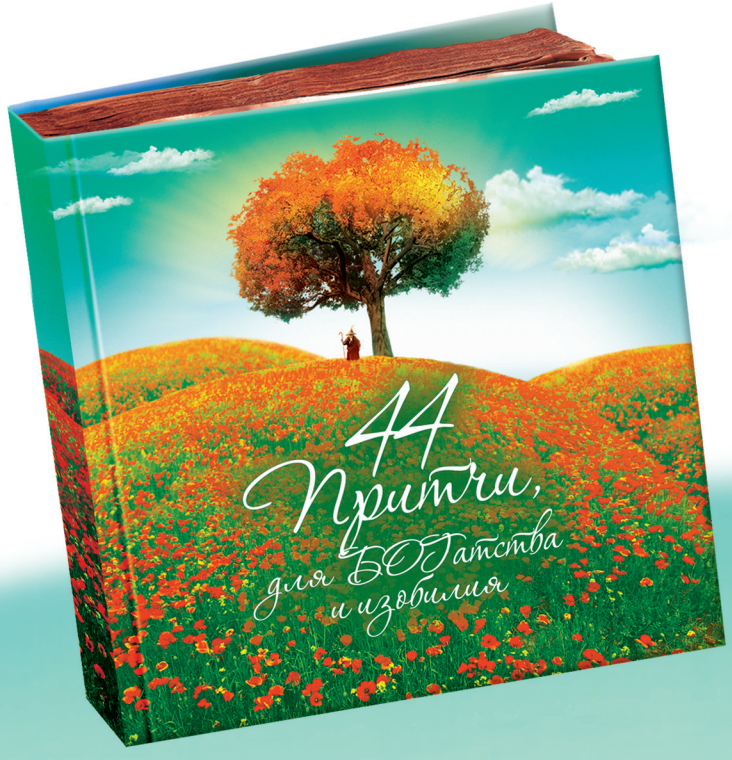
• Леся, что вы можете пожелать читателям «Укр-Китай Communication»?

В бизнесе планирование особо важно! Я бы сказала даже больше – в бизнесе без детального, даже скрупулезного планирования не обойтись! Я бы рекомендовала всем предпринимателям обязательно планировать свою деятельность, подробно прописывать ожидаемые финансовые результаты. Помните, что, ставя цели, мы как будто программируем себя, создаем голограмму, которая нас «втягивает». Составляйте план на месяц, полгода, а затем вам по силам будет и год! И действуйте, действуйте и еще раз действуйте!

Задуманное достигается иногда с меньшими усилиями, чем мы предполагаем, и порой совершенно невероятным путем. Удачи!

Беседовала Иванова Ирина

Откройте для себя мир процветания!



Замечали ли вы, что книги попадают к нам не случайно?
Так действует закон притяжения. Ведь ответ приходит к тому, у кого есть вопрос.
Издательство «Колесо Жизни» подготовило для вас, ищущих ответы, правду, истину,
совершенно особенную подборку притч.

Почему их именно 44, в чем смысл и магия этого числа?
Оглядитесь вокруг – что окружает нас?
4 основных стихии – земля, огонь, вода, воздух.
4 стороны света – север, юг, запад, восток.
4 времени года – весна, лето, осень, зима.
4 символизирует Высший закон регулярности течения времени, выражающийся
в последовательности утро-полдень-вечер-ночь, детство-юность-зрелость-старость.
4 означает порядок в пространстве, устойчивость и прочность –
надежность этого числа представлена сторонами квадрата.
Повторение числа подчеркивает его материальную силу. Так, число 44 – две четверки, стоящие рядом –
считается на Востоке чрезвычайно благоприятным, потому что сулит неуклонное процветание в будущем.
И поскольку без материального достатка сложно говорить о духовном развитии,
мы решили к 4-летию нашего становления подготовить уникальную книгу особым образом
подобранных притч – для вас и вашего изобилия!

Задавайте вопросы. Обращайте внимание на цифры и знаки. Находите ответы.

БОГатства вам и изобилия – во всех областях вашей жизни!

Заказы принимаются по тел. (044) 251-45-26, а также спрашивайте у дилера в своем городе.
Тираж ограничен

Колесо Жизни

Инструмент индивидуального развития

Ежемесячное издание для современного человека,
думающего и стремящегося к себе истинному и настоящему!

Журнал о методах формирования желаемых событий для человека, которому интересно жить в XXI веке в нашем изменяющемся мире

«Колесо Жизни» – первый и единственный прикладной журнал для индивидуального развития (личностного, духовного, профессионального), к тому же красиво оформленное глянцевое издание с уникальными иллюстрациями, что редко бывает среди такого рода литературы.
На его страницах вы найдете мнения компетентных в области развития Человека специалистов, простые и эффективные практики для повышения резервов адаптации к событиям в нашем бурно меняющемся мире.

Открыв журнал на любой странице через день, месяц, год, вы будете приятно удивлены собственными внутренними изменениями через новизну и актуальность прочитанного и вновь переосмысленного.

Пусть через прикосновение к страницам этого уникального издания ваше колесо жизни начнет вращаться с комфортной для вас скоростью и в заданном вами направлении!

В данный момент журнал «Колесо Жизни» и другую развивающую продукцию издательства вы можете приобрести:

- **в торговой точке издательства:**
Киев, ул. Голосеевская, 7, корп. 2, бизнес-центр «Рент Хаус»,
тел. (044) 251-45-26
- **через интернет-магазин издательства:**
http://kolesogizni.com/magazin.php
- **у региональных дилеров:**
http://kolesogizni.com/dilery.php
- **в торговых центрах и сетях супермаркетов в регионах:**
http://kolesogizni.com/torg_toch.php

Подписные индексы 96271, 49265

www.kolesogizni.com

ДЕНЬГИ ЛЮБЯТ СЧЕТ И... ХОРОШЕГО ФИНАНСОВОГО ДИРЕКТОРА

Специально для

Шинкарчук Юрий,
финансовый директор компании «Укр-Китай Коммуникейшин»

Финансовый директор компании «Укр-Китай Коммуникейшин» работает с четырьмя валютами – долларом, юанем, гривной и евро. Работа с деньгами очень интересна и интригующа, считает он, ведь всегда ждешь, подтвердятся ли твои прогнозы в действительности. Также он уверен: деньги любят счет и... хорошего финансового директора. Знакомимся ближе: финансовый директор компании Юрий Шинкарчук.

Продолжительное время я работал в банковской системе, занимаясь проектным финансированием. В связи с тем, что моей основной задачей были изучение и анализ бизнес-процессов клиента, мне довелось увидеть и познать много направлений бизнес-деятельности в разных регионах Украины. Именно в банке я получил богатейший опыт работы с зарубежными финансовыми инструментами, построения бизнес-моделей, анализа и комплексного взгляда на экономику конкретного предприятия.

Анализируя бизнес-деятельность клиентов, я все чаще задумывался о своей реализации в коммерческой структуре, тем более что у меня за спиной был ценный личный опыт. Я все чаще думал о собственном профессиональном продвижении и развитии. В то время в таком человеке нуждалась компания «Укр-Китай Коммуникейшин». Желания двух сторон совпали, вылившись в тесное и плодотворное сотрудничество: мое профессиональное и личное развитие способствовало развитию и продвижению компании, и наоборот. В «Укр-Китай Коммуникейшин» я пришел в июне 2006 г. Постепенно «заразился» философией компании, выстроил совместные с ней цели, подтвердил свою надежность и стал ее важным и неотъемлемым звеном.

Считаю, что в нашей компании есть уникальные возможности, опыт и цели. Важным является то, что наша деятельность – созидательна, ведь мы, по сути, выступаем организаторами торгово-экономических отношений. Именно принцип созидания – основополагающий в сотрудничестве с нашими партнерами.

На данный момент я финансовый руководитель компании, а это очень ответственная позиция. Под контролем необходимо держать множество финансовых процессов, ведь в бизнесе большинство их сопровождается деньгами. Мои внутренние установки и жизненные принципы дают возможность выполнять свои обязанности качественно и добросовестно, настраивая коллектив на максимальный результат, на достижение поставленных целей. Основной принцип, которого я придерживаюсь, – быть честным перед самим собой и перед командой. Во-первых, это придает легкости в общении, ведь ты не обременен угрызениями совести. Во-вторых, отдавая положительный заряд команде, я получаю в ответ такие же позитив и честность, что придает мне сил и созидательной энергии. Наверное, сегодня у каждой компании есть собственные внутренние ценности, сформированные руководителем и внедряемые в коллективе. Однако в «Укр-Китай Коммуникейшин» ценности сотрудников совпадают с общими ценностями компании. Уверен, только такая компания будет сильной и может рассчитывать на успех.

За годы моей работы в «Укр-Китай Коммуникейшин» было много личных и общих, промежуточных и значимых достижений. К примеру, нам удалось провести важные переговоры с известной китайской транснациональной корпорацией CITIC. Льстит тот факт, что «Укр-Китай Коммуникейшин» стала первой украинской коммерческой структурой, с которой состоялась встреча на высшем уровне корпорации. Одним из достижений является реализация совместно с украинской компанией «Примекс-Ника» проекта по поставкам и продажам башенных кранов известного в мире и Китае производителя ZOOMLION, доля которого на китайском рынке машиностроителей составляет 45%. В ближайшем будущем мы намерены реализовать еще несколько крупных совместных китайско-украинских проектов, через которые будем осуществлять миссию и цели компании. При этом особое внимание уделяется экспортно-ориентированным направлениям, ведь китайский рынок очень большой.

Весомым достижением нашей компании считаю тот факт, что мы со своими опытом и возможностями способны влиять на конечную себестоимость товара для нашего клиента, таким образом, «Укр-Китай Коммуникейшин» позиционирует себя не как посредника, а как партнера, который выполняет важную часть работы. Определяющим является тот факт, что сотрудничество с нами в некоторых случаях не влечет дополнительной расходной нагрузки для клиента, особенно если сравнить возможные риски при самостоятельной работе с выгодами, возникающими в процессе сотрудничества.

Работать с Китаем намного сложнее, чем вести внешнеэкономическую деятельность с партнерами из Европы. На это влияют и расстояние, и языковой барьер, и стереотипный имидж

ВОПРОС – ОТВЕТ

- **Назовите критерии успешности финансового директора.**

Трудолюбие и честность, приверженность компании, желание развиваться и не бояться изменений, быстрота принятия тактических и долгосрочных стратегических решений, ежедневный мониторинг и контроль за ситуацией в компании, нацеленность на минимизацию расходов и максимизацию доходов.

- **Каковы «три кита» успешного управления финансовыми потоками компании?**

Первый – минимизация дебиторской задолженности, максимизация кредиторской (займы, отсрочки платежей). Не замораживать деньги в нерабочем состоянии.
Второй – точный расчет проектов, ситуаций, потребностей (прогнозирование, бюджетирование).
Третий – помнить и руководствоваться простыми правилами: деньги сегодня дороже, чем деньги завтра; деньги у себя лучше, чем деньги у кого-то.

- **Может ли китайский юань стать со временем достойной заменой традиционным доллару и евро?**

Вполне возможно, что именно так и произойдет. В ближайшем будущем на фоне всеобщего мирового финансового кризиса и экономической нестабильности есть шансы превращения юаня в валюту взаиморасчетов за импортируемые китайские товары. Это приведет к тому, что торговые отношения будут сопровождаться китайской валютой, ведь именно Китай является основным торговым партнером для многих стран. Конечно, две самые весомые валюты – доллар и евро – не будут заменены юанем полностью. Но ареал их использования значительно изменится, так как потребность в массовом обращении этих валют на территории Китая уменьшится. На сегодняшний день уже работают контракты между Китаем и его партнерами, одно из условий которых – расчеты в юанях. И эта практика только расширяется.

страны как производителя некачественного товара, и (с моей точки зрения, основное) абсолютно другой менталитет людей.

При ведении бизнеса с Китаем важно не забывать народную мудрость «доверяй, но проверяй», и это касается не только первых поставок от производителя, а всех последующих также. Только понимание вашим китайским партнером того, что вы осуществляете постоянный контроль основных этапов его работы, приведет к отсутствию брака, не допустит срывов поставок, гарантирует своевременную отгрузку. Значимость контроля увеличивается в разы, когда речь идет о больших, миллионных проектах.

В погоне за снижением издержек по сделке следует разумно подходить к соотнесению возможных выгод и рисков. Поддержка профессионалов, административное влияние в ходе ведения переговоров на территории Китая в разы снижают риски недобросовестного сотрудничества. На практике были случаи, когда перевод слова или фразы в больших контрактах приводил к потере значительных денежных средств, непоставке товара, невозврату уплаченных авансов, а в дальнейшем – к проблемам с валютным контролем на территории Украины и пр. Впоследствии такие компании становились нашими клиентами, при этом мы брали на себя непростую работу с китайскими партнерами и покрывали риски, связанные с возможными потерями.

За последнее время весь мир убедился в значимости, силе, стабильном развитии китайской экономики. Хоть экономика этой страны и не относится к развитым, но считаются с ней многие лидирующие экономики мира. Неоспоримым является тот факт, что потенциал дальнейшего развития Китая не исчерпан. Существует внутренний спрос, который не в полной мере удовлетворен, в Китае запускаются процессы для поддержания экономики путем удовлетворения внутреннего спроса, внедряются программы приобретения жилья молодыми людьми, развивается потребительское кредитование и пр. Все это являлось одной из причин надвигающегося кризиса во многих странах, но не зря китайская экономика считается чудом, думаю, кризис не грозит ей в ближайшие годы, хотя все знают о цикличных процессах в экономике.

Очень много внимания уделяется китайской валюте – юаню. Всех интересует, какие шаги предпримет правительство страны, аналитики строят прогнозы, большие страны пытаются влиять на эти процессы, чтобы улучшить условия для своих товаров, которые участвуют в коммерческих отношениях между странами. Стоимость товаров или оборудования вырастет или снизится. За последние годы мы стали свидетелями того, что большая часть прогнозов не сбывается, информация, которая излишне «выливается» на бизнес, мешает развитию компаний, проекты замораживаются в ожидании благоприятных условий.

Будучи непосредственным участником процессов планирования, хочу отметить, что все эти процессы повлияли на меня и нашу компанию. Мы значительно увеличили скорость принятия управленческих решений, научились ставить временные рамки для принятия решений, исключаем процесс раскачки: есть решение – переходим к его реализации. И я считаю, что именно быстрый бизнес, способный меняться и адаптироваться к внешней среде, может быть эффективным. Моя личная практика показывает, что долгие процессы просчитывания рисков, прогнозы могут не успевать за ситуацией, влияющей на реализацию идеи, проекта, что влечет за собой устаревание принятого решения.

Вы спросите, в чем секрет моей эффективности? Думаю, в вовлеченности в работу, нацеленности на общие цели, желании развиваться и быть успешным вместе с компанией, работать на максимальный результат. Фактически, я не просто работаю в компании, а живу этим. По правде, я очень горжусь нашей командой и тем, что являюсь ее неотъемлемой составляющей.

к о м п а н и я

«УКР-КИТАЙ СТАЛЬ»

С о з д а н а г р у п п о й п р о ф е с с и о н а л о в

- Сфера деятельности «Укр-Китай Сталь» – поставки на украинский рынок тонколистовой оцинкованной стали и стали с полимерным покрытием производства металлургических заводов Китая и стран Ближнего Востока.
- Логистическая схема дает возможность поставлять товар в кратчайшие сроки в соответствии с международными стандартами качества и по конкурентным ценам.
- Реализуемая продукция проходит тщательную экспертизу качества, а также дополнительную проверку при выходе с заводских линий. Кроме того, продукция обеспечена заводскими сертификатами соответствия.
- Транспортировка продукции в указанный вами порт назначения (используются подобранные профессиональными логистами индивидуальные или уже четко проработанные маршруты).

Ваш стальной партнер!

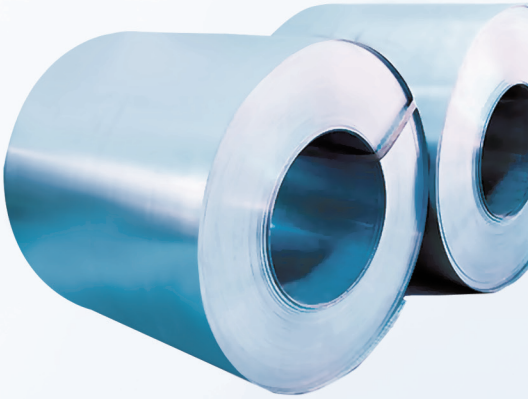
«Укр-Китай Сталь»
Бизнес-центр «Рент Хаус»
03039, Украина, г. Киев, ул. Голосеевская, 7а,
корп. 2, офис 4/2

Тел.: + **38 (044) 251 45 11**
Моб.: + **38 (067) 230 36 90**
Факс: + **38 (044) 251 45 05**

e-mail: info@ukrchina-steel.com
www.ukrchina-steel.com

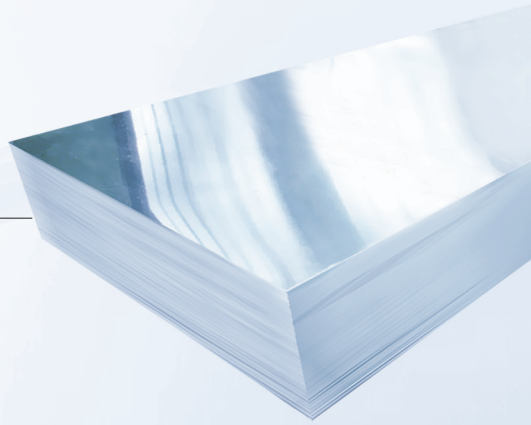
Наши преимущества

- Работа только с крупнейшими металлургическими комбинатами Китая – а это уже гарантия качества и надежности – позволяет осуществлять бесперебойные поставки стали
- Собственные представительства в ключевых портовых и торгово-промышленных центрах Китая (Нинбо, Гуанчжоу, Пекин) позволяют осуществлять четкий контроль в процессе производства и при отгрузке продукции
- Гарантия сроков поставки
- Гарантия качества и наличие обменного фонда в Киеве
- Конкурентные (низкие) цены от лидеров производства
- Поставки под заказ на условиях 20-30% предоплаты, с фиксированной ценой
- Услуги доставки до склада покупателя



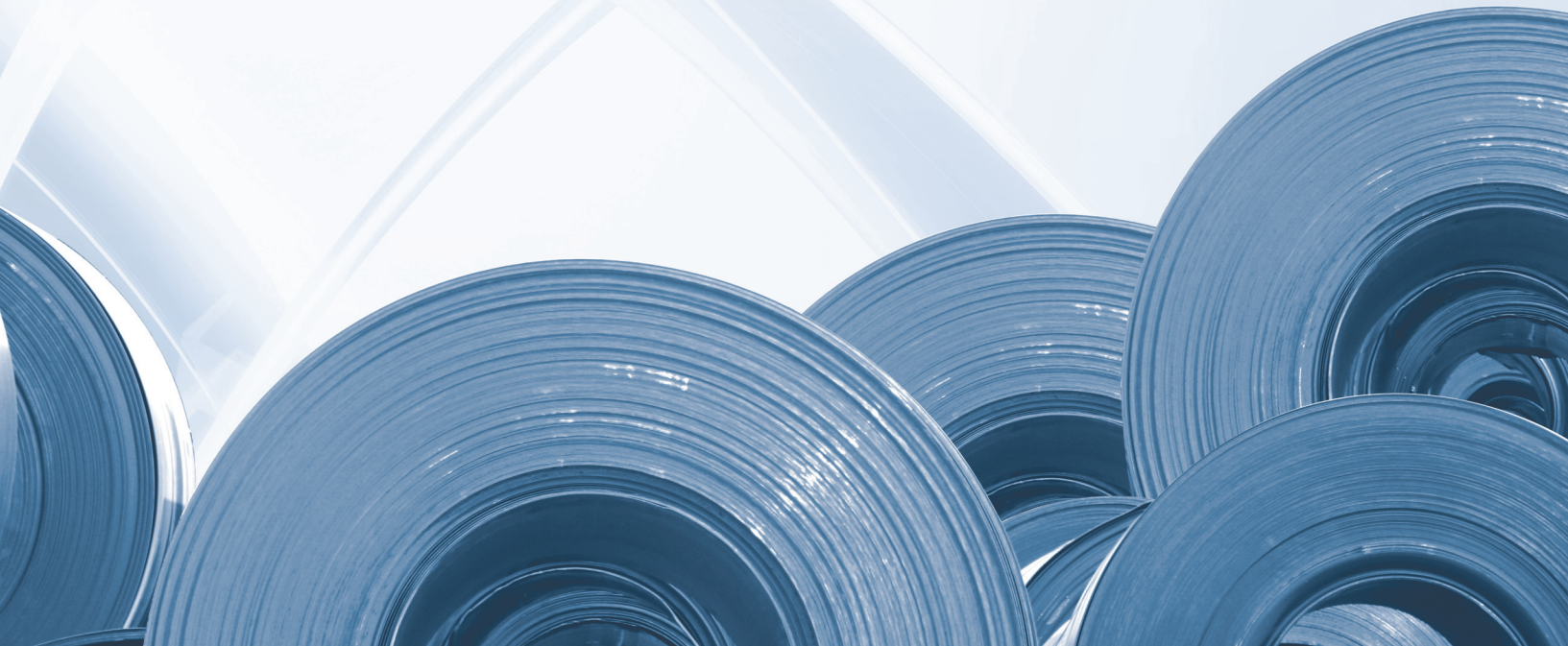
Наша продукция

- Сталь оцинкованная с полимерным покрытием в рулонах 0,40-1,5 мм
- Сталь оцинкованная в рулонах 0,25-2 мм



Наши партнеры

- BAOSTEEL Group Corporation (Китай)
- MCC Hengtong Cold Rolling (Китай)
- SUTOR Technology Group Limited (Китай)
- Wuhan Iron & Steel Company Limited (Китай)



КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ С КИТАЙСКИМ ПОСТАВЩИКОМ?

Специально для

Семенихина Леся,
коммерческий директор компании «Укр-Китай Коммуникейшин»

Часто приходится слышать, что Китай – страна рисков, что процент фиктивных сделок в Китае гораздо выше, чем во всем мире, что обман иностранцев в Китае – обычное явление. Многие украинские бизнесмены по этой причине отказываются даже пробовать сотрудничать с китайскими поставщиками и выбирают более стабильные и предсказуемые Европу и Америку. С этими странами, не видя поставщика, можно и контракт заключить по факсу, и сделать заказ по Интернету, и иметь уверенность, что продукция будет достойного качества, а деньги не пропадут.

Тем не менее Китай является мировым производителем. Китайская продукция отличается от продукции, выпускаемой в Европе и Америке, более выгодной ценой. Многие мировые бренды изготавливаются именно в Китае. Часто продукция, изготовленная в Китае, после переупаковки в Европе становится «изготовленной в ЕС» и продается не по китайским, а уже по европейским ценам.

Так, значит, вести бизнес с Китаем все-таки можно? Конечно, можно!

Просто бизнес с Китаем имеет свою специфику. Восток – дело тонкое.

С чего начать, как правильно построить отношения с китайским партнером и не обмануться? Наши рекомендации.

Шаг первый – поиск поставщика необходимой продукции.
Наиболее доступный способ поиска – Интернет. Всем известны коммерческие сайты www.alibaba.com, www.made-in-china.com и др. Но не стоит этим ограничиваться, а тем более – безоговорочно доверять этой информации. Посещайте выставки в Китае. Лучше специализированные. В них чаще принимают участие производители продукции, а не торговые компании. Также при поиске используйте отраслевые справочники, информацию ассоциаций производителей.

Шаг второй – выбор поставщика необходимой продукции.
Процесс очень важный, служит фундаментом для дальнейшего бизнеса. В Китае чаще всего найдется не то что десяток, а сотня поставщиков необходимой вам продукции. Это объективно – огромная страна с огромным населением. С кем начать сотрудничество, кого выбрать? Совет – при выборе партнера используйте отраслевые рейтинги, сайты потребительского доверия, рекомендации имеющихся в Китае партнеров. Выбрав, на ваш взгляд, 3-5 наиболее перспективных, необходимо посетить эти предприятия, посмотреть уровень производства, взять образцы с конвейера, познакомиться с менеджментом, проверить регистрационные документы. Лучше иметь двух партнеров в Китае. Альтернатива не помешает, поможет быть в курсе о цене на продукцию, выручит при крупном заказе.

Шаг третий – заключение контракта.
Удивляюсь бизнесменам, которые платят в Китай по инвойсам, не имея контракта, а потом говорят, что их обманули. Но если разобраться, кто виноват, если китайцы, не имея контракта, пользуются возможностью вас обмануть? Контракт заключать необходимо. Это защита ваших договоренностей с китайским поставщиком. Заверение контракта в ТПП по месту нахождения производителя – дополнительная гарантия соблюдения условий контракта.

Шаг четвертый – проверка качества и количества товара перед отгрузкой.
Чтобы не везти «кота в мешке», рекомендуем проверять качество и количество товара перед отгрузкой. Делать это самостоятельно в Китае не выгодно ни по деньгам, ни по времени. Рекомендуем заказывать эту услугу у сюрвейерских компаний, либо же пользоваться услугами агентов и консалтинговых компаний, которые находятся в Китае. Для первых отгрузок проверка качества важна. Для последующих, при нормальной работе с китайским поставщиком, процедуру проверки качества можно проводить периодически, например проверять каждую пятую поставку.

И напоследок. Создайте крепкие межличностные отношения с китайским поставщиком. Это, пожалуй, самый важный фактор успешного сотрудничества. Удачи!

Доставка сборных грузов из Китая

От 0,1 м^3

- Консолидационные склады в Нинбо, Гуанчжоу, Пекине
- Перевозки внутри Китая
- Сбор грузов от различных поставщиков из любых регионов Китая
- Доставка «до двери» вам на склад в любой город Украины

*Сборные грузы **

Преимущество

Финансовая экономия от оптимальной загрузки контейнера (владелец груза платит только за использование того обьема, который занимает его товар).

Регулярное формирование контейнеров грузами только наших клиентов, что делает отправку и доставку не зависящей от деятельности каких-либо третьих сторон.

Особенность

Небольшая потеря времени на консолидацию грузов перед транспортировкой (товары разных владельцев накапливаются на нашем складе для формирования целого контейнера).

* Перевозка одним контейнером небольших партий товаров, которые принадлежат разным владельцам.

Оптимальный выбор

Для частных предпринимателей и среднего бизнеса, а также для пробных поставок образцов товара для оценки его качества и экономической целесообразности дальнейшей работы с этой продукцией.

ООО «Укр-Китай Коммуникейшин»
Бизнес-центр «Рент Хаус»
03039, Украина, г. Киев, ул. Голосеевская, 7а, корп. 2, офис 4/2

Тел.: + **38 (044) 251 45 55**
Тел.: + **38 (044) 353 68 78**

e-mail: order@ukr-china.com

БУДУЩЕЕ – ЗА СИСТЕМНЫМИ РЕШЕНИЯМИ

Специально для

Варюта Антон,
IT-директор компании «Укр-Китай Коммуникейшин»

Принято считать, что людям технических профессий не свойственно творчество. Ну где же в физике лирика, спросят многие? Однако IT-директор компании «Укр-Китай Коммуникейшин» не разделяет такое утверждение. По его мнению, в IT-индустрии творчество занимает одну из главных позиций. Знакомимся ближе с Варютой Антоном.

Вся наша жизнь – это череда принятых решений. Каждый день возникают ситуации, которые требуют принятия решений, и если одни из них просты и привычны, то для других нужны серьезные размышления, третьи встречаются впервые, а от четвертых может зависеть дальнейшая судьба. Процесс принятия решений является неотъемлемой частью нашей жизни. Но при этом остается главный вопрос: можно ли научиться принимать «правильные» решения? Оказывается, можно, взяв на вооружение системный подход.

Основная проблема состоит в том, что многие люди глубоко убеждены, что, обладая профессиональными знаниями, опытом, волей, они способны в подавляющем большинстве случаев найти оптимальное решение. Как правило, осознавая сложность проблемы выбора решений, они, тем не менее, не сомневаются в своей способности найти верное решение. Однако достижения современной науки убедительно доказывают необоснованность этой уверенности. Установлены объективные пределы возможностей человека при выполнении сложных когнитивных операций в силу ограничений объема оперативной памяти, скорости восприятия и переработки информации и т.п., что накладывает определенный отпечаток на поведение индивидуума. Как шутят философы, «если глупость человеческая не имеет границ, то ум, к сожалению, имеет такие границы». Из этой шутки, тем не менее, следует важнейший методологический вывод: человеку, принимающему решения, нужно помогать, специальным образом организуя процесс получения и обработки информации! Практика принятия решений, базирующаяся лишь на опыте и здравом смысле, не использующая достижений науки, становится в настоящее время абсолютно бесперспективной.

Решение – это процесс и результат выбора цели и способа ее достижения. Как организовать помощь в принятии решения? Использовать соответствующую систему, позволяющую увидеть результат в целом.

Что такое система? Это совокупность объектов и связей между ними. Что можно рассматривать как систему на примере нашей жизни? Абсолютно все, что с нами происходит. Любые наши действия состоят из четкой закономерности причины и следствия. Сделали что-то – получили результат. Закономерность действий и полученного результата является системой.

Процесс написания статьи, к примеру, состоит из определенных правил, которые были созданы на основе системного подхода. Почему одна статья легко читается, а другая – нет? Да потому что, проведя анализ причины и следствия, находим простые ответы:

- краткость – короткие и точные заголовки помогают найти читателю именно то, что ему необходимо;
- четкость и ясность подразумевают в начале статьи описание, о чем данный текст, и читатель сам решит, стоит ли продолжать чтение;
- короткие абзацы должны быть связанными по смыслу, это позволяет обдумать мысль и снизить усталость глаз;
- расположение текста, стиль написания, шрифт, статейный план, нацеленность на аудиторию, язык, орфография и т.д.

Все эти правила есть результат системного решения, целью которого было сделать статью легкой для чтения и восприятия. Любая технология, пришедшая нам на помощь, создана в результате принятого системного решения.

Конечно, одаренность, талант играют огромную роль в умении воплощать емкие, информативные образы в текст. Это справедливо для любой сферы искусства, науки, практики. Но ведь и мастеров учат! И в искусстве существует своя теория. Используя технологии и приемы, полученные в результате выявленной закономерности (системы), которыми при желании и старании способен овладеть практически каждый, с легкостью можно писать неплохие статьи, или же, используя подобные технологии в живописи, рисовать совсем даже недурственные пейзажи!

Здоровье – это тоже системное свойство, результат взаимодействия всех органов, гармонии физического, психического, духовно-нравственного начал. Что произойдет, если врач начнет лечить не вас, «единого и неделимого», а конкретный

орган или функцию, без учета возможных побочных действий избранного метода на другие части организма?

Если рассматривать систему в бизнесе, например бизнес-процессы компании, без системного подхода, ориентированного на результат, то в этом случае наглядным примером будет анекдот, хорошо иллюстрирующий абсурдность функционального подхода к своим задачам, в котором «каждый должен заниматься своим делом» – инжинирингом, финансами, маркетингом и пр.

Один человек роет ямки, а другой, как только первый выроет ямку, тут же ее засыпает. И так они провели целый день: первый рыл ямки, а второй их тут же засыпал. Один любопытный прохожий долго за ними наблюдал. Наконец он не выдержал и спросил:

– Господа, объясните, пожалуйста, что все это значит?

– Как что? Мы работаем.

– И вы абсолютно уверены, что все делаете правильно?

– Да, мы все делаем правильно. Если что-то не так, то это Ерема виноват. Он сегодня не пришел на работу.

– А кто такой Ерема?

– Тот, кто должен сажать в ямки саженцы.

Системное управление бизнес-процессами – это целостная, ориентированная на результат «от начала до конца» (междепартаментная и часто межфирменная) координация рабочей деятельности, когда отдельные решения синергично соединены воедино с целью создания максимальной выгоды для конечного потребителя. Это сознательный и основанный на сотрудничестве подход систематического и системного управления всеми бизнес-процессами компании. Он отвечает насущным потребностям новой экономики, движимой знаниями, где необходимо интегрировать процессное мышление со стратегией, организационными структурами и людскими ресурсами. Это значит, что управленческая команда должна управлять по-другому и думать о бизнесе более системно.

Управлять бизнесом без системного плана управления процессами – все равно что готовиться к большой игре, занимаясь на тренировках лишь индивидуальным мастерством игроков, а не тактикой и командной игрой.

В заключение хочу сказать: даже не говоря о будущем, уже настоящее остро нуждается в системном подходе. Будущее не только за системными решениями, а и за системными архитекторами бизнеса.

ХИТРЫЕ СТРАТЕГИИ «ПРОСТОГО» БИЗНЕСА

Вести общий бизнес с иностранцем, воспитанным в других реалиях, бывает непросто. А если речь идет о бизнесе с такой самобытной страной, как Китай? Читайте о таинственной китайской стратагемности – «тайном оружии», позволяющем достигать поставленной цели.

СПРАВКА

Стратагема – нетрадиционный путь к достижению военных, гражданских, политических, экономических или личных целей; изобретательность в поисках выхода; запланированная система поведения в затруднительной, исключающей прямой образ действий ситуации. Стратагемность зародилась в глубокой древности и была связана с приемами военной и дипломатической борьбы. В Китае выработка стратегических планов – стратагем – превратилась в настоящее искусство. Огромное влияние на разработку стратагемности оказал известный военный мыслитель Древнего Китая Сунь-цзы – автор трактата «О военном искусстве». Победу в битве Сунь-цзы ставил на третье место, отдавая второе победе дипломатическими средствами, а первое – победе с помощью стратагем. Однако со временем искусство составлять стратагемы вышло далеко за рамки военно-политических действий, переросло в своеобразную национальную традицию, умение достигать личных целей благодаря хорошо продуманному плану.

Древнекитайские придворные мудрецы и философы были первыми в мире политическими консультантами правителей. Стратагемность стала серьезным оружием китайских политиков, военных и дипломатов. Вероятно, поэтому существовал строжайший запрет распространять «Трактат о 36 стратагемах» среди иностранцев. Подобная секретность соблюдалась тысячелетиями, нарушить ее стало возможно только в XX веке – во время открытий и глобализации.

Посылать людей на войну необученными – значит предавать их.

Конфуций

Работа с Китаем интересна, выгодна, иногда сверхвыгодна, но при этом очень непроста и таит много рисков для неподготовленных или обладающих недостаточным опытом такого сотрудничества. В Великой Империи далеко не всегда срабатывают обычные бизнес-схемы. Самые опытные акулы бизнеса, успешно заключающие выгодные сделки в Европе, зачастую оказываются в тупиковых или проигрышных ситуациях при ведении дел с китайскими предпринимателями.

Главной особенностью китайской культуры можно назвать формулу тактического, стратегического поведения и мышления. Именно такой тип действий воспринимается в Китае как правильный, мудрый и общепринятый. Если, например, в западной культуре положительно воспринимаются намерение человека выделиться, стремление к бесконечному росту индивидуальности и независимости, зачастую с ущербом для окружающих, точно так же в Китае положительно трактуется система хитроумных комбинаций и стратегий, направленных на достижение своей цели любой ценой, получение прибыли в бизнесе и повышение социального статуса.

Древняя мудрость таких изначально военных стратегий Китая собрана и передается из поколения в поколение в так называемых 36 стратагемах – советах, чем-то напоминающих наши поговорки. Их изучение входит в обязательную программу средней школы, а в дальнейшем стратагемы успешно применяются китайскими бизнесменами при работе с иностранными партнерами в мирное время.

С самого начала работы с нашими клиентами мы обращаем их внимание на то, что основополагающим моментом при работе с китайскими производителями является контроль на всех стадиях переговоров, производства и сотрудничества. Контроль от первого контакта и понимания, с кем вы начинаете сотрудничество, запроса цен и согласования скидок и условий будущей поставки, подписания грамотного недвусмысленного контракта, проведения оплат до проверки соблюдения сроков производства, качества и количества самой отгружаемой продукции, правильности оформления отгрузочных документов и предоставленных сведений о товаре, необходимых для таможенного оформления в Украине. Каждый из этих этапов может стать камнем преткновения, и на любом этапе против неосведомленного оппонента может быть применена та или иная стратагема со стороны китайского поставщика – умышленно или же неосознанно. Однако нужно понимать, что одна такая неумышленная хитрость, даже с последующими извинениями и попытками исправить ситуацию, зачастую приводит к значительным потерям вашего времени, ваших денег, а как результат – к потере удовлетворения от всей сделки.

Далее на реальных примерах из опыта нашей работы постараюсь описать некоторые наиболее распространенные из применяемых стратагем.

Обмануть императора для того, чтобы он пересек море.

Смысл этой стратагемы (называемой также стратагемой шапки-невидимки) – необходимость маскировать собственные цели.

К нам обратился клиент, самостоятельно нашедший поставщика в Интернете и проведший с ним переговоры и согласования, с просьбой помочь оплатить

товар и привезти его как можно скорее. Предложенные поставщиком цены на товар были настолько низкими, а манера его общения, активность в обсуждении мельчайших деталей будущего контракта – настолько профессиональными, что заставили клиента безоговорочно поверить ему и пренебречь нашим предложением инспекции поставщика. Не смутило и то, что по результатам нашей предварительной оценки поставщик оказался перекупщиком, а не фабрикой. Клиент настоял на скорейшем проведении предоплаты товара, с которой очень торопил со своей стороны поставщик, обещая отгрузить контейнер сразу же после получения 30% суммы. Однако получив оговоренные деньги, поставщик резко изменил договоренности в одностороннем порядке и сообщил, что, к сожалению, не сможет отгрузить контейнер до получения остальных 70% платежа. Только после этого клиент заподозрил обман и согласился провести проверку китайского предпринимателя, результаты которой показали, что в данном случае он имел дело с компанией мошенников, действовавших по определенной схеме, размещавших свои объявления в Интернете и постоянно менявших названия и банковские реквизиты. Низкие цены и драйв от предвкушения прибыли затуманили разум «императора» и заставили его «пересечь море» (в нашем варианте – потерять деньги). Только проверка регистрации компании в Китае, инспекции с выездом на фабрику могут минимизировать риски по работе с новым поставщиком.

Для вида чинить деревянные мостки, втайне выступить в Чэньцан.

Стратагема обходных путей учит скрывать за каким-то обманным действием то, чего не ожидает партнер.

Нередки случаи, когда наши бизнесмены в процессе ведения самостоятельных переговоров и подписания контрактов на поставки добиваются от своих поставщиков мнимых скидок. Поначалу это выглядит очень заманчиво и подстегивает купить еще большее количество товара за, казалось бы, ту же сумму. В действительности недостаточное понимание всех условий поставки ИНКОТЕРМС, их трактовки в Китае, а также местных особенностей логистики, оформления экспорта и различных пошлин приводит к тому, что фактически заказчику приходится доплачивать гораздо больше уже при отправке товара из Китая. Причем к тому времени товар уже будет произведен и оплачен – у заказчика просто не останется другого выбора. Например, производитель поставит его перед фактом, что в цену со скидкой, оказывается, не входили оформление товара на экспорт, проведение его сертификации либо оплата тех или иных пошлин. И если у попавшегося на крючок все же осталось желание отгрузить товар, то придется выложить тысячу-другую долларов дополнительно. Поэтому при подписании контрактов на поставки для наших клиентов мы используем отработанные за годы практики недвусмысленные шаблоны на китайском и английском языках, которые дают возможность избежать подобных казусов, и полученная скидка на самом деле будет означать экономию ваших денег.

Создать что-то из ничего.

Эта стратагема называется также стратагемой творческого преувеличения, предлагающего партнеру сильно отличающееся от действительного описание реальности.

Попробуйте связаться, используя контакты с сайта (в последнее время – все более профессионально оформленного в Интернете), с любой китайской компанией, позиционирующей себя как поставщика той или иной продукции. Простое отосланное письмо, контакт по телефону или Skype с вопросом, являются ли они непосредственным производителем? Девять из десяти ответят твердое «да», а десятый ответит что-то такое, что сможет убедить вас, что он даже лучше производителя. Однако в подавляющем большинстве случаев это будет неправдой. Чем красивее и профессиональнее сделан сайт поставщика, чем легче найти его в Интернете вне Китая, тем больше шансов, что это сайт перекупщика (торговой компании), который тратит деньги на развитие своего сайта и зарабатывает их, накинув свою комиссию на реальную стоимость перекупленного товара. Заключая контракт на поставки с такой компанией, вы не только получаете более высокую закупочную стоимость, но и лишаете себя какого-либо контроля над качеством товара или сроками его изготовления. Ведь любая информация о реальном производителе товара, его мощностях, гигиенических нормах на производстве навсегда останется для вас тайной. Даже если вам повезет, то при повторном сотрудничестве с торговой компанией, уже опробовав образцы товара из первой партии, вы не будете уверены, что следующий заказ вам не пришлют от совершенно другого производителя, с худшим качеством, другим внешним видом и задержкой в пару месяцев.

Несмотря на все тенденции глобализации, Китай все еще остается страной с закрытой политикой и экономикой. Даже такой безоговорочный лидер мирового Интернета, как Google, не смог вписаться в китайские медиапросторы по соображениям цензуры. С недавних пор Google сворачивает свои активы и закрывает большинство сервисов в Китае. Найти настоящих производителей с не разрекламированными сайтами, но с более выгодными ценовыми предложениями и перспективными условиями долгосрочной работы, можно только проводя поиск, физически находясь в Китае и используя внутренние поисковые системы, национальные регистрационные сайты и другие средства, не доступные извне.

Находясь на отдыхе, ожидать истощенного врага.
Другими словами, стратагема заключается в поиске путей к изможденню (сильного) противника.

Аналогичен случай из практики сотрудничества с торговой компанией, чью продукцию закупал один из наших клиентов. Соблазнившись на более выгодные условия оплаты, предоставляемые перекупщиком, он принял решение о долгосрочном сотрудничестве. При этом, осознавая риски, на первую и вторую поставку была заказана проверка качества товара перед отгрузкой с выездом нашего специалиста, и поставщик, зная это, отгружал качественный товар. На третью сделку клиент принял решение сэкономить на проверке, довериться «проверенному» поставщику и заодно удвоить объем заказа. Как следствие вышеизложенной стратагемы, пришедший товар был ужасного качества, буквально рассыпался в руках (абразивные материалы) и не подлежал дальнейшей реализации. По маркировке на товаре можно было понять, что он произведен другим производителем, не тем, что в первых партиях.

Самая важная стадия, на которой контроль продукции (качества и количества) имеет принципиальное значение, – стадия перед отгрузкой продукции и оплата 70% от стоимости заказа. Без такого контроля вероятность получения некачественной продукции существенно увеличивается. И вообще, перевод остатка суммы без проверки реальной готовности товара к отгрузке потенциально приведет к проблемам с качеством и, как следствие, с производителями. Только постоянный контроль качества товара со стороны и от имени заказчика, а также выбор правильного поставщика помогут избежать подобных ситуаций.

Наблюдать огонь с противоположного берега реки.
Это стратагема называется также стратагемой ожидающего невмешательства и говорит о необходимости казаться безучастным по отношению к критической ситуации в делах партнера, воздерживаясь от действий и ожидая развития ситуации в благоприятном для себя направлении.

По моему мнению, это одна из излюбленных стратагем китайских поставщиков. В качестве одного из ярких примеров приведу перевозку контейнеров с тяжелым грузом, которую мы помогали осуществлять своему клиенту. Все переговоры и сделку клиент проводил самостоятельно, груз был передан нам уже на территории Украины, по прибытии в порт. Началось таможенное оформление, и после процедуры взвешивания оказалось, что контейнеры намного тяжелее заявленного по документам веса. В результате это привело к задержанию груза, разбирательствам и большим денежным расходам для ничего не подозревавшего клиента. При выяснении вопроса с китайцами те долго отказывались что-либо понимать, однако после предъявления серьезных доказательств под угрозой разрыва дальнейших отношений признались, что вес они написали меньше, чтобы сэкономить шесть сотен юаней на перевозку этих контейнеров по Китаю автомобилями с завода в порт. В этом случае можно легко ставить под сомнение, что специалисты с завода их уровня, занимающиеся экспортом продукции не один год, не знали о возможных несоизмеримо более серьезных проблемах при получении груза заказчиком.

Важно полностью контролировать весь этап логистики при доставке груза из Китая. Проверять правильность заполнения транспортных, товаросопроводительных документов, сертификатов и т.д. Ведь вполне вероятна отправка вашего груза в другую страну из-за ошибочно указанного порта назначения в коносаменте либо из-за сэкономленных отправителем нескольких сотен юаней, если отгрузка контейнера осуществлена непрямой судоходной линией с перевалкой в 2-3 портах и существует вероятность того, что забастовка грузчиков в одном из таких портов (в Африке, например) может привести к 5-6 месяцам задержки вашего груза (что тоже подтверждается случаями из практики).

Имея богатый опыт ведения бизнеса с Китаем, можно найти примеры на каждую их 36-ти стратагем, но это формат не одной статьи. В завершение же хочу привести последнюю стратагему, которая помогает нам быть уважаемым игроком на поле.

Превратить роль гостя в роль хозяина.
Смысл этой стратагемы (называемой также стратагемой похищения трона) состоит в необходимости поиска способа превратиться из реагирующего на ситуацию в активно конструирующего ситуацию.

Очень важно выстраивать взвешенные, продуманные и гибкие взаимоотношения с китайскими партнерами. В Китае отношения ценятся очень высоко. Без их развития на достаточно высоком уровне бизнес не будет иметь долгосрочной, прочной основы. Очень важно с самого начала показать, что вы профессионал, знаете правила игры и настроены действовать серьезно и решительно. Если же ваш поставщик понимает, что имеет дело не с новичком, а с опытным достойным оппонентом, тогда ваше сотрудничество будет основываться на взаимном уважении. А когда китайский партнер вам доверяет, он может отгрузить товар даже без получения предоплаты.

Лучшей гарантией того, что вы получите качественный товар из Китая, могут быть только ваши контроль и участие. Контроль, компетентность и построение доверительных отношений – вот три кита успешного ведения бизнеса с Китаем.

Лымарь Михаил, руководитель отдела ВЭД

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ, ГДЕ ТЕБЯ НАЙТИ?

Специально для

Заяц Анатолий,
менеджер по продажам компании «Укр-Китай Коммуникейшин»

До того как прийти в компанию «Укр-Китай Коммуникейшин», я продолжительное время работал в отделе продаж рекламных площадей компаний УМХ и KP Publications. Наработав большой опыт в продажах, я для себя уяснил: успех – это не случайность. Успех – это результат личного труда, упорства и тщательной работы над собой. Это подвигло меня на поиск компании, в которой я смог бы проявить свои творческий талант, профессионализм, умение находить нестандартные решения. Таковой стала для меня компания «Укр-Китай Коммуникейшин». Здесь работают достаточно компетентные в своей отрасли люди, известные в своих кругах эксперты, молодые и талантливые менеджеры. И теперь я один из них, и верю, что так будет и дальше, мы в команде будем только наращивать потенциал!

Правильный выбор поставщика – это залог вашего долгого и продуктивного сотрудничества с Китаем. Кто-то полагается в этом случае на удачу, а кто-то действует проверенными методами. Как правило, украинские компании, чтобы найти поставщика необходимой продукции, обращаются в Торговое представительство Китая в Украине с запросом или ищут через Интернет, а многие еще продолжают работать с Китаем «по старинке» – «челночным» способом.

Как показывает опыт, первый путь достаточно долгий, иногда занимает до трех и более месяцев и не всегда приносит ожидаемые результаты. Второй путь – ненадежный. В большинстве случаев информацию на коммерческих поисковых сайтах типа www.alibaba.com и др. размещают экспортно-импортные компании, которые являются посредниками. Такие компании могут предоставлять неполный спектр услуг для предпринимателей Украины, а также придерживаются завышенной ценовой политики. Кроме того, общение через китайских посредников не всегда эффективно в связи с незнанием менталитета и родного языка китайских предпринимателей, отсутствием связи с административным ресурсом, незнанием законов страны, где правит специфический социалистически-капиталистический режим.

Самый надежный, старый и проверенный способ – обратиться в консалтинговую компанию, которая предоставляет подобные услуги, и заключить с ней договоренности о сотрудничестве. Поверьте, дороже не будет! На рынке Украины сейчас найдется немного компаний, которые специализируются на работе с Китаем и предоставляют полный спектр услуг для предпринимателей Украины – от контроля качества отгружаемой продукции до ее доставки клиенту с полным пакетом документов. Таковой является наша компания, соединяющая предпринимателей Украины и Китая и имеющая центральный офис в Украине и филиалы в Китае (Пекин, Нинбо, Гуанчжоу). Мы честны перед своими клиентами: стремимся брать на себя обязательства, которые можем выполнить, экономим финансы наших клиентов, предлагаем возможности для других бизнес-проектов, обеспечиваем бесперебойные поставки.

Когда к нам обращаются с поиском товара, мы детально принимаем информацию по искомому товару и отправляем ее в наши представительства, где сотрудники китайских офисов обработают данные и найдут производителей по требуемым параметрам и необходимым критериям.

Если же вы приняли решение самостоятельно заниматься поиском поставщика, искать его по Интернету, то рекомендуем компанию, выбранную таким образом, проверить на предмет посредничества. Это можно сделать через запрос в Торгово-промышленную палату Китая. Кроме того, не отказывайтесь от посещения выбранной компании. Важно оценить культуру производства, мощности предприятия, посмотреть качество продукции на конвейере. Часто полученные по запросу образцы не соответствуют фактически выпускаемой продукции. Далее необходимо проверить квалификацию, проанализировать методы работы, условия и цены. В общем – ни пуха!

КАК ДОСТАВИТЬ ТОВАР ИЗ КИТАЯ?

Специально для

Кравченко Алексей,
менеджер ВЭД компании «Укр-Китай Коммуникейшин»

Сегодня ни для кого не секрет, что Китай является «генеральной мастерской мира», «конвейером потребительских товаров» многих стран Европы, Америки, Азии.
Украина с ее огромным потребительским потенциалом и традиционно деловой активностью предпринимателей даже в условиях постоянно изменяющегося законодательства, связанного с ВЭД и налогообложением, остается надежным и постоянным партнером в деловых отношениях с китайскими производителями.

Весомым вкладом в установление и удержание коммерческих связей в таких неоднозначных условиях ведения бизнеса является деятельность компании «Укр-Китай Коммуникейшин» – надежного, предсказуемого проводника в работе украинских предпринимателей с китайскими поставщиками.

Одно из основных направлений деятельности «Укр-Китай Коммуникейшин» – обеспечение оптимального логистического решения по доставке товаров из Китая в Украину.

Команда профессионалов внешнеэкономической деятельности, а также возможности дочерней компании «Укр-Китай Логистика» готовы обеспечить доставку товаров из Китая в Украину самым быстрым и оптимальным способом.

Товары из Китая в Украину можно доставлять всеми видами транспорта: морским, автомобильным, авиа и железнодорожным.

Наиболее распространенный способ – доставка судами в морских контейнерах. Кроме того, большинство внешнеэкономических контрактов с китайскими поставщиками заключается на условиях FOB (порт Китая), что подразумевает морскую доставку за счет покупателя.

На сегодняшний день в Украине достаточно много транспортно-экспедиторских компаний (ТЭК), которые предоставляют услуги по морским перевозкам.

Компания «Укр-Китай Коммуникейшин» посредством дочерней компании «Укр-Китай Логистика» готова предложить и обеспечить оптимальный способ доставки товаров морем. Чтобы убедиться в этом, достаточно сформировать и разместить запрос на доставку партии товара, который будет обработан специалистами компании.

Для формирования запроса в ТЭК и получения ставки на морскую перевозку необходимо знать порт отправки, название груза, вес груза и тип контейнера.

Ставки на морскую перевозку зависят от выбора судоходной линии – компании, которая владеет судами. Специалисты «Укр-Китай Коммуникейшин» могут сформировать предложение по доставке при участии нескольких судоходных линий, отметив преимущества и недостатки перевозки в каждом отдельно взятом случае, и тем самым помочь предпринимателю сделать выбор, руководствуясь его коммерческими интересами.

При этом следует знать, что ставки меняются ежемесячно. В среднем стоимость контейнера 20’ составит от 1600 до 2250 у.е., 40’ – от 3000 до 3900 у.е. в зависимости от судоходной линии, сезонности.

Если ваш груз достаточно сложный в таможенном оформлении и планируется его хранение в контейнере после выгрузки в порту, поинтересуйтесь условиями демереджа выбранной линии (плата за несвоевременный возврат пустого контейнера).

Для формирования полной стоимости доставки вам необходимо получить у ТЭК следующую информацию: стоимость морского фрахта со всеми надбавками (all in), стоимость погрузочно-разгрузочных работ в порту (ПРР), стоимость экспедиторских услуг, а также стоимость доставки контейнера из порта до места назначения (автодоставка по Украине).

После получения данной информации и ее анализа можно заключать с ТЭК договор на обслуживание.

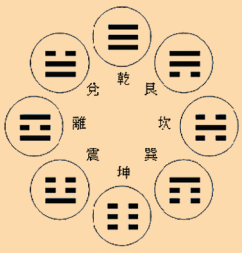
В своих предложениях по доставке товаров компания «Укр-Китай Коммуникейшин» готова также предложить и обеспечить транспортировку грузов по воздуху.

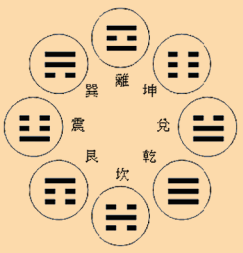
Авиатранспорт – достаточно дорогой способ доставки. Этот вид транспортировки предпочтителен, когда товар необходимо доставить срочно, при этом заказчик готов нести значительные расходы в связи с доставкой. Для просчета стоимости авиадоставки необходимо знать следующие параметры груза: вес, размеры (объем), характер груза, условия отгрузки китайским отправителем. Несмотря на то что данный способ доставки дороже других, в последнее время он становится все более популярным среди украинских предпринимателей.

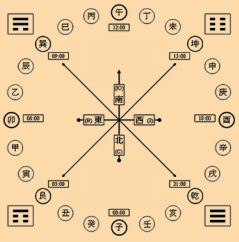
Доставка по железной дороге из Китая в Украину только начала осваиваться украинскими транспортными компаниями. Пока нет четко работающего сервиса, но можно предположить, что уже в ближайшее время такая доставка станет основной альтернативой морским контейнерным перевозкам.

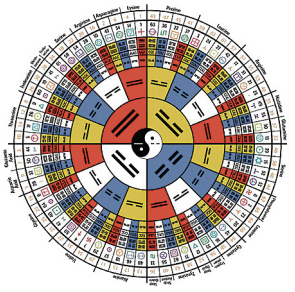
На фоне активизации торгово-промышленного сотрудничества между Китаем и Украиной, о чем свидетельствует встреча на высшем уровне в Вашингтоне президента Украины Януковича Виктора с лидером КНР Ху Дзиньтао, деятельность компании «Укр-Китай Коммуникейшин» может помочь быстро и выгодно повысить рентабельность коммерческих отношений между украинским и китайским бизнесом, выйти на высокий уровень в международной торговле.

Социально-психологические особенности КИТАЙСКОГО МИРОВОСПРИЯТИЯ



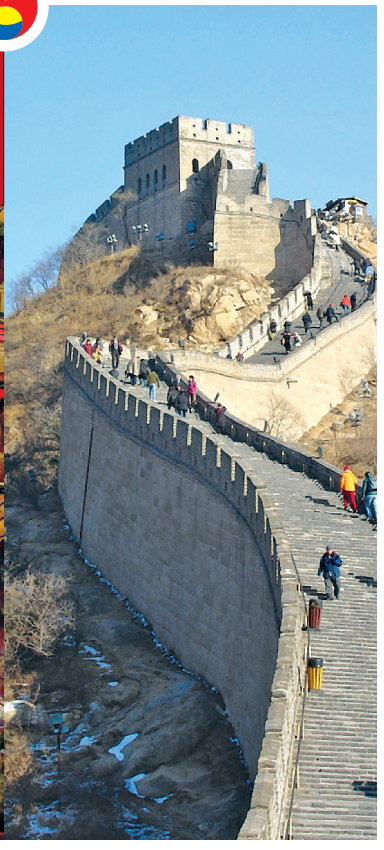






В Срединности (Чжун) – великий Корень Поднебесной.
В Равновесии (Хэ) – Путь Поднебесной.

Из древнего трактата «Постоянство в Середине»



Подобно многим другим древним народам, древние китайцы считали свою страну центром мира (отсюда и название Китая – Срединное Царство). Они полагали, что в их Срединном Царстве «всего имеется в достатке», а природные стихии находятся в равновесии, поэтому его жители от рождения умны, талантливы и привержены добрым нравам. Как писал в начале нашей эры один из исследователей истории древнего Китая Бань Гу, «земля китайская находится в средоточии того, что освещают солнце и луна, и потому все живое взращивается здесь в полноте своих природных качеств. Люди здесь по натуре уравновешенны и добры, почвы плодоносны, а растительность разнообразна. Поэтому здесь рождаются на свет великие мудрецы… Земли же варваров расположены по краям, и жизненные свойства вещей там ущербны. А поэтому в их землях не рождаются мудрые мужи».

Это высказывание очень лаконично и в то же время полно описывает восприятие китайцами себя и своего места в мире, свою уникальность и превосходство над другими народами. Конечно, времена идут, и многое с тех пор изменилось, но не зря китайское общество считается одним из самых традиционных, поэтому такое восприятие мира до сих пор составляет основу в сознании китайцев.

ВОСПРИЯТИЕ ВРЕМЕНИ

Китайская система исчисления времени нелинейная, время идет по кругу, вращательными движениями, составляя циклы по 60 лет. Такая форма восприятия времени у китайцев сказывается и на их повседневной жизни, на их мышлении. В частности, в китайском языке нет грамматических единиц, обозначающих прошлое, настоящее или будущее. Для понимания времени в языке нужно отталкиваться от контекста или использовать конкретные временные указатели, например «скоро», «завтра», «уже» и т.д.

Поскольку время движется кругами, гораздо большее значение имеет последовательность, а не длительность времени. Время по-китайски означает стоять лицом к прошлому, а спиной к будущему. Это объясняет то, что нигде так много люди не смотрят назад, как в Китае. Часто при езде на велосипеде или при ходьбе китайцы засматриваются на то, что происходит позади. Их время сзади, поэтому они так блюдут и уважают традиции. Китайцам спешить некуда. В языке это выражается следующим образом: пожелание «счастливой дороги» на китайском означает «идите помедленнее, не торопитесь», а «приятного аппетита» – «кушайте медленнее».

Китайцы часто подчеркивают, что Китай – единственная в мире страна с непрерывной историей материальной цивилизации в 5000 лет. Этим они дают понять, что находятся на отличном от других народов, более высоком, уровне развития.

ВОСПРИЯТИЕ ПРОСТРАНСТВА

В китайском миропонимании их страна является центром (чжун), «пупом» Земли, тогда как все другие составляют окраину (вай). Кроме этого, страну свою китайцы называют Поднебесной, поскольку страна эта избранная, а управлял ею Сын Неба в качестве посредника между мирами небесными и земными. Правитель рассматривался как средоточие космических сил, фокус мирового круговорота; он был призван выполнять миссию благоустроителя Вселенной.

Такая китайская картина мира, а за ней и геополитика принципиально отличаются от принятого другими деления мира на Запад и Восток. В наше время еще Мао Цзэдун лично пытался объяснить Сталину эту особенность китайской мировоззренческой системы и геополитики. Тогда речь у них шла о Внутренней и Внешней Монголии. Мао рисовал и толковал Сталину по изображению смысл иероглифа «чжун» (Китая как срединного государства).

Итак, Китай – центр.

Еще одним важным фактором в восприятии китайцами внешнего, «чужого» является Великая Китайская стена. В историческом и культурном аспекте более существенная граница, чем в политическом, на протяжении веков служила рубежом, что отделял китайскую цивилизацию от диких, варварских народов. Ее психологическое значение гораздо важнее, чем просто военная функция, она подчеркивала закрытость китайского общества, нежелание воздействий извне, поскольку то, что вовне, недостойно, ниже по развитию, варварское. А поскольку пользы не приносит (в отличие от вассальных государств на западе и юге от Китая, северные народы дань императору не платили), то должно быть отделено. В пределах Китайской стены и по сей день проживает подавляющее большинство китайского населения.

Также отличается у китайцев и восприятие личного пространства. Большая плотность населения и малая площадь для нормального проживания и функционирования людей (около 70% всей территории страны составляют горы и 80% населения проживает на 20% площади), а также коллективистский тип сознания повлияли на зону личного пространства. Комфортная зона у китайцев значительно меньше, чем у европейцев, или, скажем, у американцев.

ВОСПРИЯТИЕ СЕБЯ

Китайцев много, в то время как всех остальных, по отдельности, мало.

Духовные основы китайской цивилизации стоят на мощном природном фундаменте. Одно из семейств человека разумного, с названием хань, оказалось настолько биологически сильным, что на сегодняшний день превратилось в монолитную полуторамиллиардную нацию, самую многочисленную на планете.

Каждый четвертый житель нашей планеты – китаец. Другие древние цивилизации, создав государственность и письменность, распались на разных стадиях развития, и их народы переродились и смешались с другими, утратив свою идентичность. Современная Индия, хоть и обладает миллиардным населением, однако целостной и единой цивилизации не образует. 12 религий и 18 основных языков в Индии – это не китайский культурный и этнический монолит.

Китайцы же сохранялись и множились, ассимилируя всех, кто входил с ними в контакт. Кстати, вот эта способность ассимиляции и поглощения лучшего из внешнего к Китаю мира, является еще одной важной особенностью восприятия мира этим народом.

Но об этом чуть позже.

Скудность природных ресурсов породило у крестьян твердое убеждение в том, что, во-первых, существующих в мире благ на всех не хватит и для их распределения необходимы жесткая общественная иерархия и сильное государство, а во-вторых, неожиданный прирост богатства у одного, означает убыль богатства у кого-то другого. Это убеждение много объясняет в политической истории Китая, в том числе и современной.

Особенностью китайского мышления является то, что после разделения всего на два, китайцы находят третье (якобы внешнее к внутренней противоположности двух сторон), тогда как мы привыкли исключать третье (у всего в мире есть своя противоположность, и третье – лишнее). По-китайски, единое неизбежно раздваивается, но изменения наступают только лишь в сочетании не двух, а трех сил.

Символическое мышление китайцев неизбежно отразилось и на языке (а может, и стало настолько символическим именно из-за языка, который оперирует символами). Иероглифы являются особым видом кодирования информации, присущим только Китаю (а посредством распространения китайской письменности – также Корее, Японии и Вьетнаму). Важно понимать, что именно иероглифы стали важнейшим фактором сохранения, преемственности и развития китайской культуры, они объединили эту огромную страну.

Сложность и недоступность китайского языка сформировали своеобразный барьер от внешнего мира. Уникальность иероглифов, их возраст и значение для формирования такой мощной нации, как китайская, формируют еще одну особенность ощущения себя и мира китайцами.

АССИМИЛЯЦИЯ

Мягкое побеждает твердое

Вернемся к вопросу способности ассимиляции. Китайский народ обладает уникальной способностью к ассимиляции того, что сильнее его, лучше его. Так происходило со всеми завоевателями Китая, так в последнее столетие происходит с западными идеями, наукой и техникой. Причем уверенность в себе, в своем превосходстве над другими народами в Китае была настолько сильна, что лишь после ряда поражений в

ходе «опиумных» войн в умы наиболее смело мыслящих подданных Срединного государства закралась революционная мысль о том, что китайцы могли бы чему-нибудь поучиться у европейцев. Так начался процесс переосмысления своей роли в мировых событиях и модернизации.

Сегодня путем копирования или перенимания китайские производители с огромной скоростью осваивают лучшие разработки ведущих компаний мира во всех сферах производства, начиная от одежды и заканчивая автомобилями. Причем, получая технологию производства (разными способами – от промышленного шпионажа до покупки опытного образца, разборки его до болтика и полного копирования технологии, реже покупкой самой технологии), китайцы начинают производить этот товар у себя, экспортировать его и через некоторое время считать «своим». Так, я слышал от китайцев, что Nokia является китайским брендом, а Volkswagen – китайский народный автомобиль. То есть перенятие технологии (идеи) и ассимилирование ее у себя естественным образом в понимании китайцев делает ее китайской.

Малоизвестно, что у современных китайцев доминирует одна (II) группа крови, а генетически от любого кровосмешения с китайцем получается китаец. Самой сильной в смешении оказалась португальская кровь. До сих пор существует одна ярко выраженная внешними признаками группа китайцев-маканийцев, которая проживает в бывшей португальской колонии Макао. Даже евреи, которые издавна сохраняют свои колена по всему миру, уступают по силе китайской крови. Единственная еврейская община, появившаяся в Китае в XIX веке, полностью превратилась в китайскую уже через три поколения, а иудеи, которые считают евреем любого рожденного от еврейской женщины, для детей от китайских родителей делают исключение и евреями их не признают.

Китайцы, веря в свою уникальность и культурное превосходство, предпочитают сохранять свою национальную идентичность, не смешиваясь и не поддаваясь внешним условиям и среде, а меняя эти внешние условия и среду под себя (за пределами Китая лучшим примером является такое уникальное социальное образование, как чайнатаун), сберегая свою самобытность и ассимилируя лучшее из внешнего и таким способом делая его «своим».

И в завершение еще одна яркая характеристика китайцев, написанная известным современным писателем Лу Синем, которая описывает их отношение к миру: «Знатоки старой литературы ведут себя так: когда появляется новая идея, они называют ее «ересью», но когда эта идея после тяжелой борьбы утверждается в своих правах, они заявляют, что это «то же самое, чему учил Конфуций». Они отвергают все иностранное, говоря, что не желают, чтобы «китайцы превращались в варваров», но когда иностранцы становятся правителями Китая, вдруг обнаруживают, что эти «варвары» – тоже потомки Желтого Владыки».

Копытов Игорь

Великие изобретения ПОДНЕБЕСНОЙ

Вероятно, всем известны четыре великие изобретения Китая – порох, бумага, фарфор и шелк. Но наивно полагать, что за свою многовековую историю китайские изобретатели ограничились только ими. Некоторые европейские исследователи считают, что очень многие знаковые предметы, на которых зиждется жизнь современного общества, – родом из Древнего Китая. Давайте более детально остановимся на изобретениях Поднебесной. Может, и нам есть что привнести из стратегий китайских первооткрывателей в свой повседневный бизнесменский опыт?

ШЕЛК

С древнейших времен Китай считался страной шелка. Европейцы даже называли эту страну Seres, что в переводе с древнегреческого означает «шелк». Самые старые из известных образцы найденных шелковых тканей относятся к последним векам I тыс. до н. э. Эти находки представлены различными видами шелка – тончайший газ, нежнейший атлас, тяжелая и плотная парча…

Секрет производства шелка китайцы постигли в глубокой древности. Они заметили, что шелковичные черви плетут свои коконы из красивых и прочных нитей, и стали разводить их, разматывать коконы, а из нитей ткать тончайшую блестящую ткань – шелк. Стоит отметить, что все эти процессы очень трудоемкие, требуют много внимания и усердия. Может быть, именно поэтому изобретателями шелка стала такая трудолюбивая нация, как китайцы.

Кстати, натуральный шелк бывает или белым, или желтым. Белый дают гусеницы домашнего шелкопряда, которого кормят только листьями садовой шелковицы. Для получения желтого гусениц первую половину жизни кормят листьями деревьев Чжэ (оно похоже на шелковицу и растет в горах), и лишь во второй половине им дают листья садовой шелковицы. Есть еще один сорт шелка – дикий. Его дает гусеница дикого шелкопряда, который питается листьями различных пород дуба. Этот шелк коричневый и с трудом поддается окраске.

БУМАЖНЫЕ ДЕНЬГИ

Известно, что в разное время и в различных регионах мира деньгами служили слитки металлов, раковины, перья, бобы какао, скот и пр. Приблизительно 1200 лет до н. э. появился китайский иероглиф «деньги», которым обозначали ракушки каури, выполняющие роль универсального платежного средства.

Примерно за 1000-500 лет до н. э. в Китае появились прототипы денег: слитки металла в форме лопат, мотыг и ножей, которые ранее использовались в качестве средства обмена.

Считается, что самые первые монеты появились в Китае в VII в. до н. э. Где-то с 600 г. до н. э. начали чеканить монеты из железа. До этого деньги изготавливались лишь из драгоценных металлов, а их стоимость равнялась стоимости материала, из которого они были сделаны. В Китае впервые начали использовать для изготовления денег более дешевый материал и ввели понятие «номинал». Бумажные деньги появились в Китае в VIII в. н. э. и представляли собой особые расписки, либо выпускаемые под ценности, либо подтверждавшие уплату налогов. В 910 г. в Китае официально начали массово выпускать деньги из бумаги.

Бумажные деньги производили большое впечатление на путешественников, посещавших Китай в VII-VIII вв. Поло Марко писал, что выпуск бумажных денег – это новый способ достижения той цели, к которой так давно стремились алхимики. В XIII в. правительство Чингисхана свободно обменивало бумажные денежные знаки на золото, поэтому подделка бумажных денег приносила большие доходы и считалась страшным преступлением. К 1500 г. китайское правительство было вынуждено прекратить выпуск бумажных денег из-за трудностей, связанных с избыточным выпуском и инфляцией, но уже тогда существовавшие в Китае частные банки продолжали эмиссию бумажных денег.

БУМАГА

Первые китайские книги были написаны на бамбуковых или деревянных планках. Бамбуковые книги – очень громоздкие, тяжелые, неудобные для чтения – возникли в XIV-XIII вв. до н. э. и просуществовала до II в. н. э. В V-IV вв. до н. э. стали писать на шелке, но он был слишком дорогим. В конце концов появилась бумага. Об этом замечательном изобретении летописец Фан Е (V в. н. э.) рассказывает так: «Тсай Лунь предложил делать писчий материал из древесной коры, конопли, тряпья и старых рыбачьих сетей. Об этом он доложил императору, который остался весьма доволен». Историки, однако, полагают, что открытие было сделано не сразу и не одним человеком, а явилось результатом длительных экспериментов и поисков, начатых еще в III в. до н. э.

Сначала сырьем для писчей бумаги служили кора тутового и сандалового дерева, водоросли. Для бытовых нужд бумага делалась из риса или пшеничной муки. Эта бумага была не такой тонкой, как современные листы. Постепенно китайцы усовершенствовали этот процесс и создали гладкий тонкий материал, идеальный для письма.

Не сразу бумага была оценена по достоинству. Лишь в конце династии Цзинь (IV в. н. э.) был издан императорский указ о переходе с бамбуковых планок на бумагу. Как на бамбуковые планки, так и на бумагу текст наносили заостренными деревянными палочками, обмакивая их в черный лак, изготовленный из древесного сока.

КНИГОПЕЧАТАНИЕ, КНИГА, ГАЗЕТА

Изобретение бумаги создало экономические и технические предпосылки для появления книгопечатания. Сам принцип получения множества оттисков с одного оригинала (клише) был известен очень давно и практиковался не только в Китае. Но нигде, включая средневековую Европу, не догадались использовать его для изготовления книг.

Китайцы пришли к своему изобретению не сразу. В VI-V вв. до н. э. даосы и буддисты стали печатать с деревянных гравюр-печатей амулеты, иконы, тексты. Не менее важным этапом были оттиски с надписей на камне. В Китае, как и на Древнем Востоке, наиболее важные тексты высекали на каменных стелах, чтобы сделать их общедоступными и долговечными. Приблизительно в V-VII вв. н. э. сложилась практика снимать

Китай – страна шелка

Бумажные деньги появились в Китае в VIII в. н. э.

Переход с бамбуковых планок на бумагу

с этих стел эстампы. Делалось это так: к стеле прикладывали несколько влажных листов бумаги и легкими ударами молоточка загоняли бумагу во впадины букв. Потом верхний лист смазывали черной краской, а впадины оставляли не закрашенными. Таков был своеобразный механический способ литографирования.

В VIII-IX вв. в Китае утвердился и другой способ массового снятия копий – ксилография. Суть простейшей ксилографии такова: на деревянной доске рисуется в зеркальном отражении текст и, если надо, изображение. Затем древесину между буквами удаляют. Получается рельефная выпуклая печатная форма. Рельеф смазывают краской и прижимают к бумаге. Краска переходит с формы на бумагу, и готовый оттиск оказывается прямым изображением.

В Китае печатали на одной стороне листа, а оборот оставляли чистым. Поначалу отпечатанные листы принято было склеивать в длинную ленту и сворачивать в свиток. Но для чтения это было неудобно, и китайцы придумали форму складной ширмы. Однако на сгибах она быстро изнашивалась, и с начала X в. стали склеивать листы с наружной стороны сгиба. Теперь, если бумага и рвалась на сгибе с незаклеенной стороны, сама книга не разваливалась. Следующим этапом стала книга, собираемая из отдельных листов. Перепробовав самые разные способы склеивания большого количества листов в книжный блок (занятие достаточно трудоемкое), к XIV-XV вв. листы стали прошивать насквозь. Такой метод брошюровки применяется и сегодня.

Однако китайские изобретатели на этом не остановились. В 1040-1048гг. кузнец Пи Шен изобрел наборный процесс. (В Европе это изобретение было повторено только четыре века спустя.) В XIV в. в Китае изобретена многоцветная печать. А в 1340 г. отпечатаны буддистские «Комментарии Сутры» – древнейшая в мире книга, отпечатанная в две краски (красная и черная).

Энциклопедии – также выдумка китайцев. Первые большие энциклопедии, подготовленные целыми коллективами ученых, появились во второй половине X в. Крупнейший китайский энциклопедический словарь был составлен в XV в. и включал 11 915 томов, 22 927 глав. Его создавали 2169 человек.

Давними традициями может гордиться и китайская периодика. Ее начало обычно относят к VII-X вв. н. э., когда появилась ежедневная газета «Ди бао», или «Дзин бао» («Столичные ведомости»). И в этом отношении китайцы опередили Европу.

ПОРОХ, ОРУЖИЕ, ФЕЙЕРВЕРК

Древние китайские алхимики считали, что тайна вечной жизни и действенных лекарств заключена в смешивании нужных ингредиентов над огнем. По некоторым рецептам требовалось нагревать смесь в течение целого года. Около 300 г. н. э. алхимики начали создавать эликсиры из серы, селитры и различных растений, которые давали много дыма.

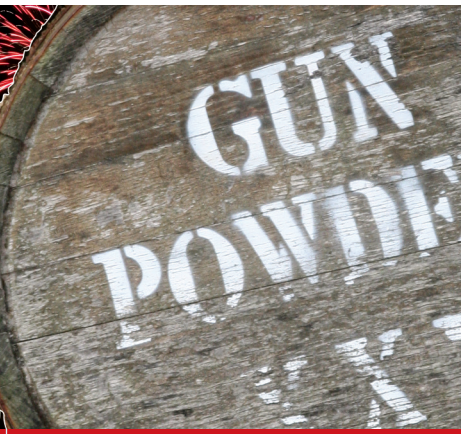
В VII в. алхимик по имени Сунь Сымяо написал книгу «Сочинение о пилюлях бессмертия», в которой содержится самый ранний из известных рецептов пороха. Подробное же описание состава и свойств пороха дано в военной энциклопедии середины XI в. Там приводятся сразу три рецепта изготовления пороха для трех видов бомб: взрывчатых, зажигательных и отравляющих.

Впервые пороховое ствольное оружие было применено китайцами в сражениях в 1132 г. Оно представляло собой длинную бамбуковую трубку, в которую закладывали порох, а затем поджигали его.

Тысячи лет стрелы были основным оружием у китайских воинов. Но около 1150 г. н. э., в период династии Сунь, кто-то выдвинул идею привязать к стреле трубку из бамбука, набитую порохом, и вставить запал. Возле оперения стрелы привязывали крохотную железную гирьку, чтобы приподнять наконечник

Изобретение печати

Первый в мире фейерверк



Порох применяли еще в X в.

и увеличить дальность полета. Так появилась первая ракета. Еще через два столетия китайцы сконструировали пусковую ракетную установку.

В 1259 г. изобретено первое ружье, стреляющее пулями: в толстую бамбуковую трубку помещался заряд пороха и пули. На рубеже XIII-XIV вв. в Китае появились металлические пушки, которые заряжали настоящими каменными ядрами. Все это были важные вехи в развитии китайского огнестрельного оружия. Ввиду его большой эффективности во времена династии Сунь был введен строгий запрет на вывоз сырья для приготовления пороха.

В X в. китайцы научились добавлять чистый древесный уголь к сере и селитре. По чистому совпадению они открыли черный порох. Новое изобретение давало яркие искры, поэтому китайцы использовали его во время праздников. Так появился первый в мире фейерверк. Издавна в Китае различали два стиля фейерверков: «гражданский», со сдержанным, но изысканным подбором цветов, и «военный», с яркими красками и громкими взрывами. Некоторые мастера достигали истинного совершенства в этом искусстве. Так, пиротехники уезда Пинду (провинция Чжэцзян) умели изготавливать такие заряды, из которых при каждом взрыве поочередно возникали различные картинки – пейзажи, гуляющие пары, букеты цветов, пожелания счастья, долголетия и благоденствия в виде иероглифов.

Первым рассказал европейцам о порохе все тот же Поло Марко. Правда, прошло еще много лет, прежде чем европейцы разгадали секрет черного пороха.

ФАРФОР

Ремесленники Китая лепили гончарные изделия тысячи лет, но к I в. н. э. они создали нечто совершенно новое – фарфор. Чтобы изготовить его, китайские гончары смешивали чистый каолин с фарфоровым камнем и жиром. Чтобы превратить глину в эти изящные, похожие на стекло изделия, необходима была температура в 1300 °С!

Запад создал фарфор только через 1700 лет. Остальному миру пришлось ездить в Китай за фарфором еще и потому, что больше нигде не было огнеупорных печей, способных создавать необходимую для обжига температуру. Китайцы придумали их, когда учились превращать железную руду в чугун, а потом – в сталь.

КОМПАС

Магнит был известен китайцам с давних времен. Еще в III в. до н. э. они знали, что магнит притягивает железо, а также указывает направление на север и на юг. Предположительно, компас был изобретен еще в III в. до н. э. Тогда он имел вид магнитной ложки, которая вращалась на деревянной или медной подставке, а ряд делений обозначал части света. Направление, которое указывала ложка, всегда было южным. Первоначальное название компаса – «ложка, управляющая миром». В XI в. китайцы стали использовать не сам магнит, а намагниченные сталь и железо. В тот период также применялся водяной компас: в чашку с водой помещали намагниченную стальную стрелку в форме рыбки. Стрелку намагничивали посредством сильного нагрева. Голова рыбки всегда указывала на юг. В дальнейшем рыбка претерпела ряд изменений и превратилась в компасную иглу.

Свойства компаса описаны в книге астронома Шэнь Ко (XI в.). Там отмечается, что магнитная игла не совсем точно указывает на юг, а чуть отклоняется к востоку. Это явление мы называем магнитным отклонением. Оно вызвано тем, что магнитные полюса Земли не совпадают с географическими. В Европе угол магнитного отклонения был открыт Колумбом в 1492 г. – на 400 лет позже, чем в Китае.

В мореходстве компас стал применяться китайцами еще в XI в. Примерно в конце XII в. арабы вывезли на Запад водяной китайский компас.

Изобретение фарфора

Китайцы описали парашют еще в конце II в. до н.э.

Родина зонтов

ПАРАШЮТ

Считается, что конструкцию парашюта в 1483 г. разработал Леонардо да Винчи. «Если человек возьмет полотняный натянутый купол, – писал он, – каждая сторона которого имеет двенадцать локтей ширины и двенадцать локтей высоты, то он сможет безопасно сброситься с любой высоты». Учитывая, что площадь указанного натянутого купола примерно равна площади современного парашюта, остается только восхититься точностью расчетов гениального итальянца. Однако его замечательная идея в течение долгого времени так и оставалась на бумаге.

Упоминание о парашюте имеется и в трудах Сыма Цяня, законченных намного раньше – в 90 г. до н. э. Сыма Цянь имел доступ к архивам, откуда и мог почерпнуть свои знания. Он относит время создания парашюта к далекой старине. По Сыма Цяню, легендарный правитель Шунь, убегая от отца, хотевшего его убить, нашел прибежище в башне, служившей зернохранилищем. Отец отыскал эту башню и собирался ее поджечь. Но Шунь связал вместе несколько конических соломенных шляп и спасся, используя их как парашют.

В книге Юе Кэ «История лаковой таблицы», опубликованной в 1214 г., указывается, что в 1180 г. в Кантоне с минарета, построенного проживавшими там мусульманскими торговцами, была украдена нога золотого петуха. Причем хитрый вор покинул башню, используя в качестве парашюта два зонтика без ручек. Грабитель тем самым прославился. Возможно, кантонский вор был акробатом? Ведь парашют в виде зонтика использовался китайскими акробатами многими столетиями раньше.

РЕСТОРАН

Места общественного питания, которые являются прототипом первых ресторанов, появились в XII в. в провинции Ханьчжоу – культурном, политическом и экономическом центре Китая во времена правления династии Сонг. Население, составлявшее в то время около миллиона человек, наличие бумажных денег и гостеприимство сделали Ханьчжоу идеальным местом для появления ресторанов. В 1153 г. в Кайфенге открылось первое в мире заведение общественного питания. Его хозяином был Ма Йю Чинг, а функционирует оно и сегодня! В заметках 1275 г. рассказывается о том, как тяжело было удовлетворить вкусовые пристрастия китайцев (ресторан на то время был все еще единственным). Гораздо позже это переросло в целую индустрию.

РЫЧАЖНЫЕ ВЕСЫ

Уже в 200 г. до н. э. в Китае существовали весы с коромыслом для измерения грузов весом до полутонны. Весы состояли из следующих частей: плечо (рычаг, коромысло), крючок, на который подвешивали предмет, подвеска (веревка, за которую весовщик держал безмен) и груз. Длина плеча могла достигать 1,5 м; на его поверхность наносилась шкала. Единицей измерения служили цзинь (0,5 кг) и лян (0,05 кг).

Зацепив взвешиваемый предмет крючком, весовщик поднимал безмен за подвеску и перемещал груз по делениям до тех пор, пока оба плеча коромысла весов не приходили в равновесие. Вес называли в соответствии с делением, на котором в этот момент остановился груз.

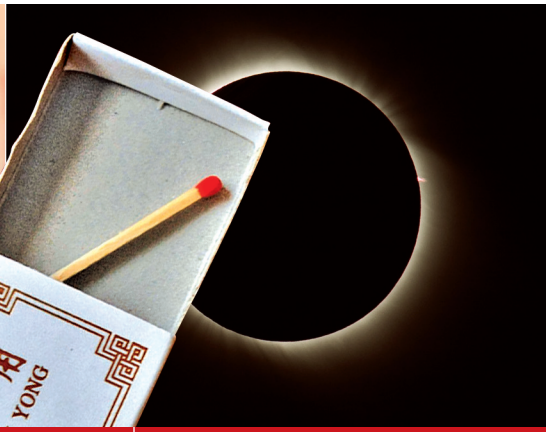
Для взвешивания медицинских трав и драгоценных металлов был предназначен миниатюрный вариант рычажных весов с длиной плеча около 35 см. Они появились около тысячи лет назад, измерения производились в лянах и цянях (0,005 кг).

ЗОНТИК

Китай принято считать родиной зонтов. Впервые они появились по меньшей мере 2000 лет назад и были изготовлены из шелка.

Компас III в. до н. э.

Счеты



Спички появились в 577 г.

Солнечные пятна

Лучшими среди зонтиков из вощеной бумаги считались те, что делали мастера провинций Хунань и Фуцзянь. Бамбуковые спицы после специальной обработки были защищеныот влаги и паразитов. Бумагу для таких зонтиков расписывали вручную изображениями цветов, птиц, фигурок людей, пейзажей. Чтобы закрепить рисунок, поверхность покрывали слоем масляной краски. Эти зонтики служили укрытием от дождя и от солнца. Однако самыми красивыми признаны шелковые зонтики, изготавливаемые в провинции Ханчжоу. Это настоящие произведения искусства из тонкого, как крылышко цикады, шелка с рисунком (как правило, пейзажем). В длину зонты достигают 53 см, а весят около 250 г, что делает их удобными в обращении и привлекательными для туристов из других стран.

СЧЕТЫ

Счеты – одно из величайших изобретений. Некоторые ученые полагают, что они были первым вычислительным механизмом в мире. Счеты упоминаются в книге «Дополнительные записки об искусстве счета», написанной Сюй Юэ в 190 г. (период династии Восточная Хань). Человек, владеющий принципами вычисления на счетах, в мгновение ока проведет простейшие арифметические операции.

И сегодня, в век компьютерных технологий, это китайское изобретение не утратило своего значения. Современные исследования доказали его превосходство по скорости выполнения операций сложения и вычитания перед калькуляторами. В 1980 г. китайские ученые изобрели электронные счеты, сочетающие в себе скорость выполнения простейших операций и новые методы выполнения более сложных (умножения и деления). Это замечательный пример удачного объединения традиций Запада и Востока, преемственности настоящего у прошлого.

ПЯТНА НА СОЛНЦЕ

Записи Гань Дэ, одного из трех первых известных астрономов Древнего Китая, жившего в IV в. до н. э., считаются самыми ранними упоминаниями о наблюдении солнечных пятен невооруженным глазом. Его современники Ши Шэнь и У Сянь составили первый большой звездный каталог. Следующее упоминание о наблюдении за солнечными пятнами относится к 165 г. до н. э. в энциклопедии «Нефритовый океан». По мнению китайских астрономов, это первое зарегистрированное солнечное пятно. Первое упоминание о солнечных пятнах в европейской литературе встречается в работе Эйнгарда «Жизнь Карла Великого» (807 г.). Английский исследователь Джозеф Нидхэм насчитал 112 случаев наблюдения солнечных пятен, зарегистрированных в официальных китайских летописях с 28 г. до н. э. по 1638 г.

СПИЧКИ

Считается, что первые спички обязаны своим появлением осаде императорского дворца, происходившей в 577 г. в царстве Ци. Когда у осажденных закончился трут, придворные дамы вынуждены были искать другие средства для разжигания огня. Первые спички изготовлялись из серы. Вот как описывает их Тао Гу в своей книге «Записки о чудесном и неведомом» (950 г.): «Иногда ночью нужно срочно зажечь свет. Чтобы разжечь лампу, требуется некоторое время. Но кто-то придумал окунать маленькие сосновые палочки в серу и, высушив, держать их наготове. Стоит чиркнуть палочкой, как вспыхивает пламя размером с пшеничный колосок.

Первые известия о появлении спичек в Европе относятся к 1530 г. Завезти их могли путешественники, поскольку доподлинно известно, что уже в 1270 г. или около того спички продавались на улицах Ханчжоу.

Подготовил Лещенко Виталий

ПРОДАВЕЦ – это прежде всего эксперт своего дела

В современном деловом мире говорят, что произвести товар – полдела, надо его еще продать. Можно ли стать искусным продавцом или им надо родиться? Какой путь ведет к вершине успеха на поприще торговли? Секреты гуру продаж, психологов, политиков, дипломатов и проверенный на себе мировой опыт – в предлагаемой вашему вниманию статье.

> Призвание помогает освободить в себе человека, но надо еще, чтобы человек мог дать волю своему призванию.
>
> *Антуан де Сент-Экзюпери*

Существует ли универсальное средство достижения успеха в продажах? Осмелюсь предположить, что волшебной палочки в кармане нет ни у кого. Есть грабли, на которые мы наступали, благодаря чему пришли к внутреннему ощущению, каким надо быть и как себя вести, чтобы попутный ветер всегда дул в сторону заключения сделки. Автор данной статьи, безусловно, не является патриархом продаж. В то же время, пройдя этапы становления на данном поприще, полагает, что извлеченные уроки принесут пользу тому, кто стремится достичь вершины успеха на Пути торговли.

Продавец – это призвание, а не способ заработать много денег. А призвание открывает видение, что клиент – это не кошелек с деньгами, а личность в затруднительном положении, которой продавец должен помочь. Такое видение однозначно ведет к успеху.

Призвание открывает интуицию, которую специально не разовьешь и за всю жизнь, так как она дается от сердца в ответ на решимость посвятить всего себя и всю свою жизнь служению обществу. Увеличивающийся вкус от трудностей, которые возникают в процессе работы, является признаком призвания. Если они вдохновляют вас на преодоление, а не вызывают апатию, значит, это ваше призвание. Актом продажи продавец по призванию вызывает счастье в своем сердце и в сердце покупателя, так как искренне желает блага этой личности.

Большие продажи требуют настоящих продавцов, а не клерков для принятия заказов. В первую очередь, продавец должен быть в согласии со своей ролью. Ключевыми составляющими успешности продавца, по мнению автора, являются:

- позитивный настрой;
- компетентность;
- проактивность;
- харизма;
- вера в себя;
- вера в продукт;
- вера в компанию (в надежность и стабильность компании в целом).

Зиг Зиглар отметил, что продажа – это передача чувства, иными словами, ваших покупателей больше убеждают ваши вера и гордость за свой товар, чем любые «доказательства», предоставленные во время демонстрации. И эта вера проистекает из убежденности в том, что товар принесет пользу клиенту[1].

Во главе угла определения проактивности находится следующая формула: действовать или быть объектом воздействия; искать причины, почему не сделал, или способы решения, *как* сделать.

Если человек не любит общаться, продавца из него не получится. Однако общаться и говорить – совершенно разные вещи. Некоторых продавцов весьма уместно наделили определением «говорящая брошюра». Эффективное общение не обязательно включает в себя много слов – иногда достаточно внимательно слушать, правильно задавать вопросы, и конечно, этому нужно учиться. Как сказал один из создателей современной теории управления качеством Деминг Уильям Эдвард, «вы можете не меняться. Выживание не является обязанностью»[2]. Продавец – это человек, способный к обучению, однозначно не относящийся к ригидному типу личности (ригидность – тенденция к сохранению своих установок, стереотипов, способов мышления, неспособность изменить личную точку зрения).

Трудно переоценить роль эмоционального интеллекта – EQ (emotionality quotient). По мнению ряда психологов, EQ является более важным фактором для успеха человека в бизнесе, чем привычный интеллект – IQ. Эмоциональный интеллект – это способность отслеживать собственные и чужие чувства и эмоции, различать их и использовать эту информацию для направления мышления и действий[3]. Можно сказать, что это эмоциональная адекватность человека. Терпение и выдержка – важнейшие качества мастера продаж. Ведь если партнер по переговорам поймет, что продавец находится в слишком радостном состоянии в процессе принятия договоренностей, то ему в голову может закрасться мысль, что нужно добиваться более выгодных для себя условий. Он может почувствовать себя обманутым и начать настаивать на других условиях сделки.

Безусловно, продавец – это человек, обладающий харизмой (от греч. χάρισμα – «милость», «божественный дар», «благодать»). Бытует мнение, что харизма – врожденное качество, следовательно, ему не научиться. Это подход для тех, кому надо чем-то оправдать свои бездействие и лень. Однако лень – не свойство характера, а результат нашего выбора. В мировой справочной литературе существует более 60 дефиниций слова «харизма». Обобщив их, можно сделать вывод, что харизма – это некая невидимая сила, черта, присущая человеку. Так называемая «искра Божья». Сила харизмы в том, что человек, обладающий ею, может оказывать влияние на других с помощью своего личного обаяния, силы убеждения.

---

[1] Секреты заключения сделок / Пер. с англ. О.Г. Белошеев; Худ. обл. М.В. Драко. – Мн.: ООО «Попурри», 2003. – 512.: мл. – (Серия «Бизнес – нестандартно!»). ISBN 985-438-910-3.

[2] William Edwards Deming «Out of the Crisis».

[3] Salovey P., Mayer J.D. Emotional intelligence // Imagination, Cognition, and Personality. 1990.

Человек, развивший в себе харизму (или получивший ее в подарок от природы), воспринимается как сильная, исключительная личность, достойная статуса вождя или предводителя. Некоторые личности, действительно, чуть ли не с пеленок притягивают к себе окружающих, готовых следовать за ними, – эдакими магнитами. Как же быть тем, кого, как говорится, не поцеловал Бог?

У человека, претендующего на харизматическую карьеру, как полагает к.п.н. Сосланд Александр[4], должны быть некие признаки, или стигматы (отметины), выделяющие его из окружающей массы. Остановимся на них подробнее.

УВЕРЕННАЯ МАНЕРА ПОВЕДЕНИЯ

В первую очередь это способность владеть собой и ситуацией, проявляющаяся в позе, жестах, взгляде. Уверенный человек смотрит собеседнику в глаза. Я не устану повторять сомневающимся: хронические неудачи – реализованные сомнения! Ведь «не существует никаких ограничений в том, что вы в состоянии сделать, что иметь или кем стать, кроме тех ограничений, которые присутствуют внутри вас и порождены вашим мышлением»[5].

НЕОРДИНАРНОСТЬ

На мой взгляд, одна из важных составляющих харизмы. Она может выражаться как во впечатляющей внешности, одежде, так и в употреблении в речи присущих только вам *фишек* (подробнее о них – ниже). Люди забудут, что вы сказали, люди также забудут, что вы сделали, но они никогда не забудут, какие чувства вы у них вызывали.

УМЕНИЕ УБЕЖДАТЬ

О, это величайшее мастерство! «Дипломатия – это искусство позволять другому человеку делать по-твоему», как сказал Варе Даниэле, итальянский дипломат. Человек позволяет воздействовать на себя тем людям, которым он доверяет. Отличительной чертой хорошего продавца является то, что его клиент вообще не относится к нему как к продавцу, а считает его своим доверенным лицом и незаменимым консультантом, еще одним своим сотрудником, услуги которого не он оплачивает.

Чем больше вы похожи на человека, с которым ведете диалог, тем лучше вы будете понимать модель мира этого человека.

Продавцу необходимо обладать и поведенческой гибкостью, гармонировать с тем, с кем он взаимодействует. А для того чтобы воздействовать на другого человека, необходимо уважение к его модели мира. Для этого нужны честность, терпение и понимание. Без названных качеств ваши попытки повлиять на других могут восприниматься как манипулятивные, и тогда ваши предложения могут натолкнуться на стену. Если у вас есть стоящая цель со сформулированными желаемыми результатами, если ваше намерение нацелено на преимущества для бизнеса, а не на тактические преимущества, то у вас есть необходимые основные принципы для воздействия с уважением[6].

Желая переубедить собеседника, начинайте с того, в чем вы согласны с ним. Не загоняйте его в угол, дайте ему возможность «сохранить лицо» (Правило Паскаля). Давайте людям почувствовать их значительность и делайте это искренне. Покажите, что предлагаемая вами услуга (товар) удовлетворяет какую-либо из потребностей собеседника. Успех придет только тогда, когда вы научитесь понимать мотивы клиентов и убедите их в том, что вы обладаете не только знаниями, но и опытом, знаете жизнь и можете понять причины, заставившие клиента обратиться

---

[4] Сосланд А.И. «Идеология и харизма (Харизматические стратегии)».
[5] Брайан Трейси «21 секрет успеха миллионеров».
[6] Дэвид Молден «Менеджмент и могущество НЛП».
[7] Боб Файфер «Издержки – вниз, продажи – вверх».
[8] «Чего хотят клиенты». Глава из книги Тома Снайдера «К черту цены! Создавайте ценность. СПИН-продажи в новых условиях».

к вам. Клиент должен знать: вы прекрасно понимаете, что именно люди, которые работают в компаниях, куда вы звоните, являются вашими реальными или потенциальными клиентами. Вы имеете дело с живым человеком, подверженным капризам и эмоциям, иногда ведущим себя иррационально с точки зрения логики, человеком, который принимает решения, руководствуясь особенностями своей натуры, характера[7].

Информации о продуктах и услугах сегодня у покупателей достаточно, и главная сложность для них – это неполное видение ситуации, в которой они ведут бизнес. «Я знаю о вашем продукте больше, чем вы! Есть ли у вас что-нибудь, ради чего мне стоило бы тратить свое время на вас? Что у вас есть такого особенного, чего я не могу купить у других ваших конкурентов?» – такие слова нередко приходится слышать от потенциальных клиентов, не правда ли? Продавец отслеживает ситуацию на рынке день за днем и на мир смотрит сквозь призму своего предложения. У него есть видение перспективы, какое нельзя найти в Интернете или узнать благодаря консалтингу. Эти знания уникальны, а предложенные должным образом, они гарантируют долгосрочные и прибыльные взаимоотношения. И предлагать их нужно аккуратно – так, чтобы это не выглядело как поучение или наставление. *Предлагайте в нужном месте, в нужное время, нужным людям и в нужной форме.*

Сегодня, делая первые шаги в работе с клиентом, продавцу необходимо быть осведомленным о его бизнесе гораздо больше, чем когда-либо. Сегодняшний день требует также от продавца и умения общаться с топ-менеджментом «на одном языке»[8].

Если вы стремитесь стать хорошим собеседником, станьте прежде всего хорошим слушателем. Необходимо стремиться узнать как можно больше о потребностях клиента. Вольтер в свое время сказал, что секрет занудства в том, чтобы говорить абсолютно все. Предлагайте то, что нужно клиенту, а не то, что вам нужно продать.

Нужно помогать потенциальному покупателю самостоятельно открыть для себя причины, по которым он захочет покупать что-то у вас. Как это сделать? Вы не должны рассказывать или объяснять. Напротив, вы должны задавать вопросы, позволяющие покупателю лучше понять ситуацию, и привести его к нужному для вас открытию. Искусство коммерции – это не искусство продажи. Это не умение убедить кого-либо сделать покупку. Это искусство создавать условия, при которых покупатель сам себя убеждает в этом. Как верно все-таки подметил Тадао Ямагучи, что «тот, кто правильно спрашивает, достигает гораздо большего, чем тот, кто правильно отвечает»!

Существует несколько типов вопросов. Я бы хотела остановиться на двух из них:

1) вопросы, призванные *выявить трудности* или скрытые потребности покупателя;
2) вопросы, призванные *развить* выявленные скрытые потребности до уровня явных.

Вопросы *ситуационные*, выявляющие историю и существующее положение дел покупателя, являются неотъемлемой частью большинства встреч по продажам и относятся к ранней стадии цикла продаж. Неопытные продавцы на встречах задают больше ситуационных вопросов, чем опытные сотрудники. Искусство опытных продавцов – это умение не задавать лишних ситуационных вопросов, чтобы покупатель не начал скучать. Чьи интересы эти вопросы удовлетворяют? Верно, продавца. Делая первые шаги в продажах, новички во время встречи больше всего беспокоятся о том, чтобы не обидеть покупателя. А поскольку ситуационные вопросы представляются легкими и безобидными, задают их в большом количестве. Однако неопровержимая истина продаж гласит: нельзя надоедать покупателям, заставляя их совершить покупку. Необходимо заранее подготовиться с тем, чтобы сократить количество ситуационных вопросов, и сфокусироваться на так называемых *проблемных*

вопросах (так их называют некоторые адепты теории продаж). Например, «Довольны ли вы текущим состоянием дел в…?» (вопрос, безусловно, касается той сферы услуг (товаров), которую вы олицетворяете), «Что конкретно не устраивает?», «Что для вас является важным при выборе?». Ибо для того, чтобы представлять интерес для клиента, продавцу необходимо понимать, каким стандартам должна соответствовать его услуга (товар), чтобы удовлетворить потребности потенциального покупателя. Автор склонен избегать употребления слова «проблема» и предлагает вам заменить его на слово «трудности» (как в диалоге с клиентом, так и вообще), исключив его из своего лексикона наряду со словом «невозможно». Аргументы? Во-первых, высказав предположение о том, что у клиента имеют место проблемы, вы рискуете оскорбить человека, занимающего определенный статус. А во-вторых, «мы становимся тем, о чем мы думаем».

А что происходит с нами, когда мы слышим возражения от потенциального покупателя?

Часто в голосе продавца, его мимике, позе можно прочитать растерянность, неуверенность и напряжение. И реакция на возражение получается либо слишком неуверенной, либо агрессивной. Клиент это видит и чувствует, и уровень его доверия как к продавцу, так и к продукту начинает падать. Что же можно сделать, чтобы отвечать на возражения легко, красиво и убедительно? Способов обработки возражений великое множество, но в любом случае, что бы вы ни сказали, гораздо важнее то, *как* вы это говорите. Предлагаю относиться к возражениям клиентов с радостью и благодарностью. А не как к борьбе с возражениями. От этого зависит, превратятся ли переговоры в поле брани (клиент в роли обороняющегося противника) или же перерастут в поле сотрудничества (клиент в роли партнера). Ведь это замечательно, что клиент искренне делится с вами своими опасениями и сомнениями! Хуже было бы, если бы он сухо сказал: «Спасибо, я подумаю и перезвоню вам», и на этом ваши отношения закончились. Важно уточнять, почему дорого, вместо того чтобы спешить сразу отвечать на возражение. Есть три разных смысла «дорого». Потому что «нет денег», потому что «в другом месте дешевле», потому что «я считаю, что это не должно столько стоить». Необходимо установить, какие истинные сомнения кроются за возражениями. Используйте как можно больше инструментов убедительности. К ним относятся результаты маркетинговых исследований, статистика, контрастные случаи из практики, метафоры, пословицы, цитаты и т.д. Присоединяйтесь к возражению клиента, а не оспаривайте его. Ведите возражение в нужную сторону. Уложите свою аргументацию в потребности клиента.

Если же продавцы компетентны, а коммерческое предложение своевременно и грамотно сформулировано, то получаем успешные продажи, которые приводят к долговременному сотрудничеству.

ВЛАДЕНИЕ ПРИЕМАМИ ОРАТОРСКОГО ИСКУССТВА

Харизматичный человек умеет четко и лаконично выражать свои мысли на понятном для всех языке. Майло О.Франк в книге «Как убедить собеседника за 30 секунд» рекомендует: «Говорите эффективно, убедительно сжато… Построение вашего 30-секундного сообщения должно объяснить и обосновать ту мысль, которую вы хотите высказать. С этой целью ваш сценарий должен включить всю или часть знаменитой формулы: кто, что, где, когда, почему и как».

Поставьте себя на место слушателя. Чего он от вас ждет? Представьте свою оферту так, чтобы у клиента были задействованы все органы чувств. Формируйте предложение в форме выгод для клиента. «Знание того, что вы хотите, кто вам это может дать и как этого достичь – это Три Основных Принципа 30-секундного сообщения», продолжает Майло О. Франк.

Первый враг продавца – неумение приходить к согласию, стремление навязать свою точку зрения и игнорировать точку зрения собеседника, считая ее ошибочной. Здесь пригодится искусство дипломатии. К слову, Черчилль Уинстон говорил, что «дипломат – это человек, который дважды подумает, прежде чем ничего не сказать».

КРЕАТИВНОСТЬ

Продавцы – люди творческие, готовые идти на риск, пробовать новые подходы и расширять диапазон возможностей. Однако одного любопытства и энтузиазма мало, если вы не можете зародить интерес к этому у других людей. Отличительная черта харизматичного человека – это умение воодушевлять на выполнение определенных действий. Чтобы привлечь внимание и

---

[9] Кэмп Д. «Сначала скажите «нет»: секреты профессиональных переговорщиков». – М.: «Добрая книга», 2003. – 272 с. ISBN 5-98124-009-1.

[10] Харви Маккей «Как выжить среди акул».

вызвать интерес у слушателя, выработайте *свой* сюжет. Что вас увлекает, склоняет, чарует, привлекает, гипнотизирует и заставляет покупать товар, смотреть телепрограмму и т.д.? В продажах я это называю фишками. Другими словами, это утверждение, используемое для привлечения внимания. Создавайте свои фишки. Записывайте их. Доведите их употребление до автоматизма.

Еще одна способность, которую можно развить, – умение нравиться, находить подход к людям. Старайтесь слушать человека и слышать его. Людям нравятся те, кто на них похож, и они осторожно относятся к тем, кто на них не похож. Чем больше вы похожи на кого-то, тем лучше (и об этом мы уже говорили) вы будете понимать модель мира этого человека. Эмоциональное «хочу» при покупке играет бо́льшую роль по сравнению с логическим «нужно».

ГОТОВНОСТЬ БРАТЬ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Мастера продаж отличают умение принимать решения в критической ситуации и, как следствие, готовность брать ответственность на себя. В том числе он принимает ответственность за неудачное решение, выносит из него урок, исправляет ошибку и продолжает бесстрашно и упорно двигаться вперед, т.к. понимает, что от верного пути его отделяет всего лишь одно решение. Лекарство, как говорится, горькое, но помогает. Эта ориентация и этот подход требуют дисциплины и твердой уверенности в себе, потому что быть правым для большинства из нас очень важно. Это – очень сильная потребность, нужда, и, как любую другую нужду, ее нужно преодолеть[9].

УМЕНИЕ СТАВИТЬ ЦЕЛИ

Говорят, что за несколько дней до смерти Фрейд сказал: «Выслушав тысячу историй о людских несчастьях, я пришел к выводу, что человечество обречено быть несчастным, и причина этому одна: человек просто не знает, чего хочет». Если в деятельности человека нет четко поставленной конкретной цели, плана, то, скорее всего, его постоянно будут захватывать планы, желания и цели посторонних людей. Ставя перед собой цель, вы всего лишь организовываете учет вашего времени на будущее. Фактически этот процесс состоит из трех этапов:

1) формулировка целей;
2) разработка плана для достижения этих целей;
3) оценка времени, нужного для выполнения вашего плана.

Любая цель должна быть конкретна, измерима, реалистична и локализована в пространстве и времени. Необходимы также реальные действия, соответствующие этой цели. Сколько прекрасных желаний не было исполнено лишь потому, что люди так и не нашли в себе силы приступить к конкретным действиям, и как много было озвучено причин этого бездействия!

ВМЕСТО ЭПИЛОГА

Для того чтобы мастерски продавать, требуются компетентность, энергия и самодисциплина. Кроме того, нелишним будет учесть и то, что «больше всего рискует тот, кто не рискует». Это сказал Бунин Иван, а справедливо данное утверждение или нет и в какой ситуации, решать вам.

Одна из самых распространенных причин неудач в продажах – низкий уровень настойчивости продавцов. Получив от клиента отказ один раз, продавец чаще всего не решается повторно предложить свои услуги. Но каждое «нет» – это тоже часть пути к успеху. Осуществлению продажи в большей мере помогает вера в то, что сделка все-таки состоится – если не с первого, то с «-дцатого» раза. Суперпродавец не играет в игру «Звонить – не звонить». Как сказано в Евангелии от Матфея, «стучите – и отворят вам».

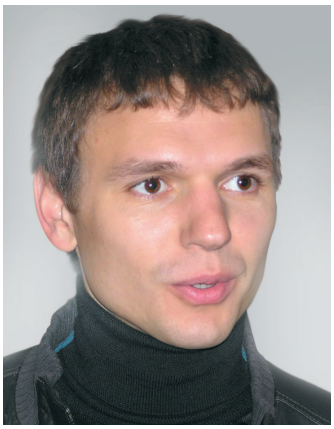
Почему-то нам постоянно нужно сравнивать себя, свои действия со стандартами или достижениями других людей. Истинный успех – это то, что мы сделали в сравнении с тем, что могли бы сделать. Важно понимать, что успех строится по принципу «выиграл – выиграл». Он долгосрочный, развивающийся во времени, имеет очень мощный потенциал. Когда мы руководствуемся только таким принципом, то наиболее высока вероятность того, что переговоры пройдут удачно с точки зрения обоих участников, находящихся на противоположных концах стола либо провода.

В завершение скажу, что только рискнув применить знания на практике, отработав их до автоматизма и адаптировав к условиям своей компании и продукта, можно получить реальный результат, выраженный в значительном росте уровня продаж.

И помните, что «профессионалом может считаться только тот, кто получит повторный заказ»[10].

Соколинская Ольга,
руководитель отдела продаж
компании «Укр-Китай Коммуникейшин»

КОНТРОЛЬ, КОНТРОЛЬ И ЕЩЕ РАЗ КОНТРОЛЬ



Специально для

Копытов Игорь,
сотрудник представительства компании «Укр-Китай Коммуникейшин» в Нинбо (Китай)

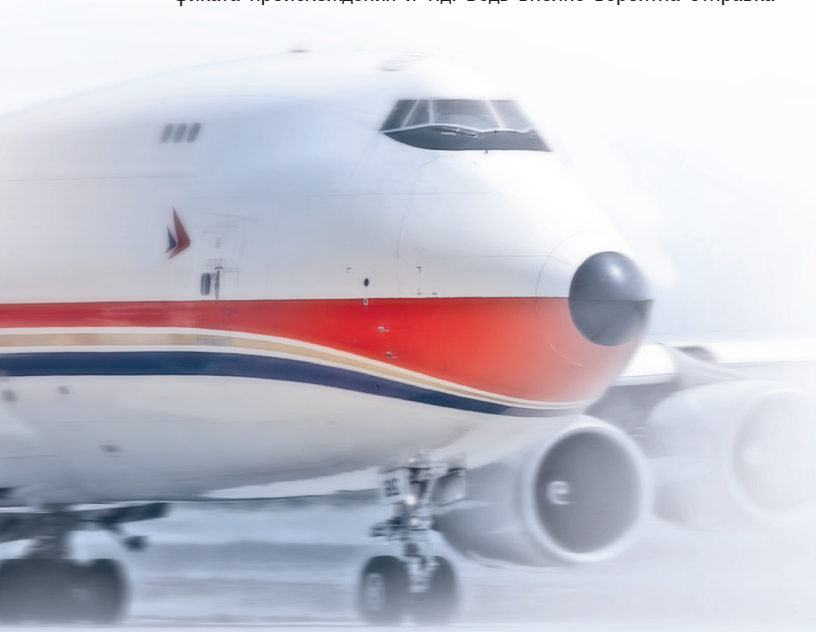
Работа с Китаем интересна, выгодна, иногда сверхвыгодна, но очень непроста и таит много рисков для неподготовленных или обладающих недостаточным опытом такой работы. В Великой Империи далеко не всегда срабатывают обычные схемы бизнеса. Самые опытные акулы бизнеса, успешно заключающие выгодные сделки в Европе, зачастую оказываются в тупиковых или проигрышных ситуациях при ведении дел с китайскими предпринимателями.

Основополагающим моментом при работе с китайскими производителями является контроль на всех стадиях производства и сотрудничества – от закупки сырья или комплектующих до оформления и отправки документов – коносамента, сертификата происхождения и т.д. Ведь вполне вероятна отправка вашего груза в другую страну из-за ошибочно указанного порта назначения в коносаменте.

Сроки производства также практически никогда не соблюдаются без надлежащего контроля (хотя следует отметить, и это – не гарантия). Касательно сроков производства, важно знать производственные мощности потенциального партнера. Учтите, что правдивую информацию без инспекции завода получить практически невозможно. Самое интересное, что и при инспекции завода, представляющего собой обычную лавку, китайцы, не моргнув глазом, могут заявить, что их производственные возможности практически равны мощностям их конкурентов, завод которых в несколько раз больше. Если вы решаете, что главное – конечный продукт и его качество, а не то, как и где он произведен, то в результате возможны два варианта развития событий – задержка отгрузки либо передача вашего заказа на соседний завод, что может отразиться на качестве и даже внешнем виде заказанной вами продукции. Данная ситуация усугубляется еще и тем, что аналогичные заказы производитель принимает не только от вас.

В настоящее время на китайском рынке сложилась такая ситуация, когда спрос превышает предложение. И важно помнить, что китайцы редко отказываются от заказов, соглашаясь на поставленные вами условия. Но учтите, для китайского производителя приоритетным станет тот заказ, который будет более выгоден по условиям платежа, цене, объему и перспективе дальнейшего сотрудничества.

Однако самая важная стадия, на которой контроль продукции (качества и количества) имеет принципиальное значение, – стадия перед отгрузкой продукции и оплаты 70% от стоимости заказа. Без такого контроля вероятность получения некачественной продукции существенно увеличивается. И вообще – перевод остатка суммы без проверки реальной готовности товара к отгрузке (точнее, без проверки такой готовности) потенциально приведет к проблемам с качеством и, как следствие, с производителями.

Очень важно выстраивать взвешенные, продуманные и гибкие взаимоотношения с производителями. В Китае отношения ценятся очень высоко. Без их развития на достаточно высоком уровне бизнес не будет иметь долгосрочной, прочной основы. Если же ваше сотрудничество основывается на взаимном уважении и доверии, китайский партнер может отгрузить товар даже без получения предоплаты. Помните, очень важно подписание контракта с максимально подробным описанием ответсвенности сторон, условий оплаты, штрафов в случае нарушения условий контракта. Правда, даже это не дает вам стопроцентной гарантии соблюдения этих условий китайской стороной.

Итак, лучшей гарантией того, что вы получите качественный товар из Китая, может быть только *Ваш* контроль. Контроль и построение доверительных отношений – вот главные киты успешной работы с китайскими партнерами.