

Konfucjanizm a inwestycje w Chinach

W związku z polską strategią rządową powszechnie znaną pod hasłem „Go China”, która w zamierzeniu ma m.in. zachęcać do inwestowania przez polskich przedsiębiorców w Chinach, autorzy niniejszego artykułu pragną zwrócić uwagę na aspekty kulturowe związane ze współpracą z chińskimi kontrahentami.



Monika Halupczak
Szymon Syp

Właściwe zrozumienie kultury, zasad oraz wartości, którymi kierują się Chińczycy jest bowiem warunkiem sine qua non wzajemnej i przynoszącej obu stronom wymierne korzyści wymiany handlowej na linii Polska-Chiny.

Zainteresowanie zagranicznych przedsiębiorców
Poziom inwestycji zagranicznych w Chinach rokrocznie wzrasta, o czym powinni pamiętać polscy przedsiębiorcy. Od 2001 r. średnioroczny

wzrost inwestycji zagranicznych w Chinach kształtuje się na poziomie 9,45 proc. W 2011 r. inwestycje zagraniczne wyniosły tam 105,7 mld dol. amerykańskich. Mimo to, Chiny wciąż nie należą do czołówek państw, jeżeli chodzi o łatwość prowadzenia działalności gospodarczej, według Banku Światowego (raport z 2011 r.). Chiny plasują się na 79 miejscu (wśród sklasyfikowanych 183 państw).

Go China

Wspomniany wstępnie program promocyjny, który uruchomili w Polsce cztery ministerstwa: gospodarki, rolnictwa, sportu oraz spraw zagranicznych oraz cztery agencje: Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Agencja Rynku Rolnego oraz Polska Organizacja Tury-

styczna, w istocie zmierza do zwiększenia wymiany handlowej z Chinami. Ma również skłonić polskich przedsiębiorców do intensywniej współpracy z Państwem Środka, jak też zachęcać do inwestowania w Chinach. Dostępna jest polska praca tymczasowa, w zakresie inwestycji w Chinach, włącznie do 6 miesięcy, jeżeli dotknie strona. Według szacunków, łączna wartość polskich inwestycji w Chinach wynosi obecnie ok. 200 mld dol. amerykańskich. Wśród sukcesów przedsiębiorstw, które z sukcesem zaistniały na azjatyckim rynku, wymienić można jedynie kilka, jak: Fasing, Rafako, Kopec czy Bioton.

Chińska kultura i konfucjanizm

Chińska kultura, ale również społeczne obyczaje oraz zasady Państwa Środka, posiadają bezpośrednie przełożenie na prowadzenie biznesu oraz wpływ na wzajemną współpracę, a także stosunki na linii Polska – Chiny. Wiedza o sposobie myślenia Chińczyków może pozytywnie wpłynąć na powodzenie danej inwestycji w Chinach. Waznym elementem kultury chiń-

skiej jest konfucjanizm. Jest to system filozoficzno-religijny, który ma zasadniczy wpływ na kulturę mieszkańców Chin, w szczególności wynikają z niego podstawowe kwestie, takie jak: hierarchiczna struktura społeczeństwa i organizacji, znaczenie rodziny (będącej podstawową komórką społeczną oraz wzorem stosunków w społeczeństwie), przywiązanie do autorytarnej zarządzania, paternalizm (hierarchiczny podział pozycji,

funkcji i obowiązków w rodzinie), przywiązanie do tradycji, harmonii, działania w grupie, czy siła osobistych powiązań.

Chińska kultura

W kontekście chińskiej kultury i wynikających z niej zasad, nie można zapominać o ich wpływie na biznesowe podejście chińskich przedsiębiorców. Prawidłowa komunikacja z chińskimi partnerami jest elementem kluczymym,

jeżeli chodzi o sprawne negocjacje i nawiązanie długotrwałej współpracy. Odmiennie od typowo europejskiego czy amerykańskiego sposobu układania relacji biznesowych jest ceremonialne wreczanie podejście chińskich przedsiębiorców do wreczenia wizytówek w czasie spotkania, wzajemne obdarowywanie się prezentami czy chociażby naturalne oraz mile widziane rozwijanie relacji z chińskimi towarzyszami, w ramach spożywania wspólnych



posiłków (mających wymierne przełożenie na relacje biznesowe). Wreszcie, prowadząc negocjacje i zawierając umowy, należy szczególną uwagę przywiązywać i pamiętać o tym, że Chińczycy pragną zawrzeć wieloletnie, długotrwałe relacje, korzystne dla obydwu stron. Nie można więc dziwić, że prowadzą czasochłonne negocjacje. Samo zawarcie kontraktu (umowy) nie oznacza więcej po stronie Chińczyków, aniżeli chęć dalszego rozwijania relacji i wspólnego budowania przyszłych kontaktów (słynne chińskie powiedzenie nie mówi „słowo na papierze nie jest warte więcej niż sama kartka papieru”).

Chińska gospodarka

Przeobrażenie gospodarki Chin z planowanej centralnie i zasadniczo zamkniętej na handel międzynarodowy, na gospodarkę zbliżoną do modeli wolnorynkowych z intensywnie rozwijającym się sektorem prywatnym, stało się w ostatnich latach faktem. W 2010 r. Chiny zostały oficjalnie uznane za drugą największą gospodarkę na świecie i są obecnie jedną z najatrakcyjniejszych lokalizacji dla inwestycji (w szczególności wyróżniają się Specjalne Regiony Administracyjne

– Hong Kong, Makao). Jednakże Chiny nadal posiadają krajez stawiającym wiele barier, m.in. prawnych, a także kulturowych. Dla polskich firm planujących rozpocząć współpracę z Chinami, kluczowym elementem postępuje profesjonalne przygotowanie do dwustronnych kontaktów biznesowych oraz procedur administracyjnych w Chinach. Szczególną uwagę należy zwrócić na fakt, że w 2011 r. władze Chin opublikowały dwunasty z kolei Plan Pięcioletni (2011-2015), llduczowy dokument wskazujący kierunek rozwoju Chin. Plan określa siedem priorytetowych programów gospodarczych: ochronę środowiska i zmniejszenie zużycia energii, nowe technologie informatyczne, biotechnologie, pojazdy zasilane energią ze źródeł odnawialnych, nowe źródła energii oraz nowe materiały. Według szacunków, wartość dodana w przemyśle z wymienionych sektorów wyniesie odpowiednio: 8 proc. PKB do 2015 r. oraz 15 proc. do 2020 (z 2 proc. w 2010).

Współpraca polityczna

Odpowiedni poziom współpracy politycznej jest w relacjach gospodarczych z Chinami warunkiem koniecznym do umocnienia przedsiębior-

com realizacji ich inwestycji biznesowych. Dwa wydatkowania są w tej mierze nietykalne: istotne delegacja prezydenta RP Bronisława Komorowskiego do Chińskiej Republiki Ludowej (była to pierwsza od 14 lat wizyta polskiego prezydenta w Chinach) oraz wizyta premiera Chin, Wen Jiabao w Polsce (jest pierwszym od 1987 r. szef chińskiego rządu, który odwiedził Polskę).

Pamiętać o osobliwościach

Z pewnością Chiny stanowią atrakcyjną i perspektywiczną lokalizację do inwestowania dla polskich przedsiębiorców. Wśród sprzyjających czynników wymienić należy zwłaszcza ostatnie, wzajemne wizyty najwyższych władz, odpowiednio prezydenta RP w Chinach oraz premiera Chin w Polsce. Polscy przedsiębiorcy powinni jednak pamiętać o osobliwościach chińskiej kultury, zwyczajów i zasad i zapoznać się z nimi, zanim przystąpią do aktywnego udziału w wymianie handlowej oraz zacząć inwestować w Chinach.

Monika Halupczak jest parawotem zarządzającym w kancelarii Yingke Varmsi BWFIS. Szymon Syp jest szarym partnerem kancelarii prawnej, współpracującym z kancelarią Yingke Varmsi BWFIS. Jest również dołkarzem w Szkole Główniej Handlowej.