

ლები, კელტი ბრიტანელები უფრო პრაქტიკულები და მიზანმიმართულები არიან, უფრო მეტად ამყვანებენ სიბოს და გახსნილობას, ნაკლებად აქცევენ ყურადღებას კლასობრივ დაყოფას, ძალიან ადვილად პოულობენ საერთო ენას ამერიკელებთან. გაითვალისწინეთ აღნიშნული და შესაბამისად დააკორექტირეთ თქვენი პოზიცია საქმიანსა ურთიერთობისას (რ. ლუისი).

თავი აარიდეთ (არ გააკეთოთ)

- საზოგადოებაში არ შეიძლება დიად აკრიტიკო, იყო ემოციური და სენტიმენტალური;
- იამყო შენი კავშირებით და წარამარა ახსენოთ გავლენიანი ხალხის სახელები;
- ძალიან ბევრი ილაპარაკოთ, მაგრამ, მეორე მხრივ სულ ჩუმადაც ნუ იქნებით;
- კლასობრივ საკითხებზე ვინმეს მხარდაჭერა, პოზიციის აღიარება;
- ძალიანაც ნუ დაეყრდნობით ლოგიკას, ინგლისელები ამავაგობენ თავიანთი ინტუიციით;
- ნუ გამოთქვამთ ზედმეტად ბევრ სერიოზულ აზრებს - მომავალში ამან შეიძლება გაართულოს კომპრომისის მიღწევა;
- ნუ იქნებით ზედმეტად სერიოზულები ან ნუ მიიღებთ ყველაფერს სიტყვა სიტყვით. ინგლისელებს უყვართ ხუმრობა;
- ნუ მიაწვებით მათ, თუ ისინი საქმის გაბუნდოვანებას ცდილობენ, შესაძლოა მათ რაიმე ვერ გაიგეს ბოლომდე. ამიტომ გააკეთეთ ახალი სვლა და სხვა კუთხით აუხსენით სათქმელი.

თავი 13. იაპონიის კროს-კულტურული თავისებურებები და მმართველობითი კულტურა

იაპონია, ოფიციალურად იაპონიის სახელმწიფო, კუნძულოვანი ქვეყანაა აღმოსავლეთ აზიაში. (ნახ. 52), რომელიც მოიცავს 6852 კუნძულს. ქვეყნის ოთხი უდიდესი კუნძული ჰონსიუ, შიკოკუ, კიუსიუ და სიკუქუ ერთობლივად იაპონიის ტერიტორიის 97%-ს შეადგენს.



ნახ. 52. იაპონია <http://www.mapsofworld.com/japan/>

იაპონია ითვლება კონსტიტუციური მონარქიის სახელმწიფოდ. იმპერატორის ძალაუფლება შეზღუდულია ქვეყნის კონსტიტუციით და ის წარმოადგენს ქვეყნისა და ერის ერთიანობის სიმბოლოს. უშუალოდ ძალაუფლებას ფლობს ქვეყნის პრემიერ-მინისტრი და პარლამენტი, ხოლო სუვერენიტეტს - იაპონელი ერი. ეთნიკური შემადგენლობით იაპონიაში ცხოვრობს 98.5% იაპონელი, 0.5% კორეელი, 0.4% ჩინელი და 0.6% სხვა ეროვნების წარმომადგენელი.



ნახ. 53. იაპონია აზიის და მსოფლიო რუკაზე

<https://www.worldatlas.com/webimage/country/asia/jp.htm>

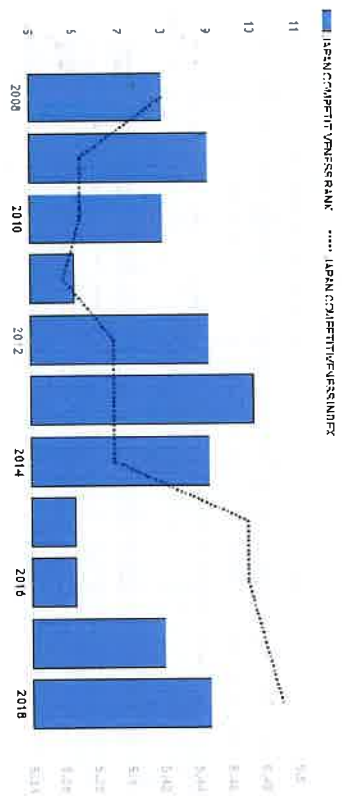
იაპონიის ფართობი არის 377,944 კვადრატული კილომეტრი, მოსახლეობით 126.672 მილიონი ადამიანი (2017 წლის მდგომარეობით). მოსახლეობის რელიგიური შემადგენლობა: 51.82% სინტოზმის მიმდევარი, 34.9% ბუდიზმის მიმდევარი, 2.3% ქრისტიანი და 11% სხვა რელიგიის წარმომადგენლები.

2017 წლის შეფასებით, მთლიანმა შიგა პროდუქტმა მსყიდველობითი უნარის პარიტეტით იაპონიაში შეადგინა 5.619 ტრილიონი აშშ დოლარი, რითაც იგი არის მეოთხე ადგილზე მსოფლიოში. (მოსახლეობის ერთ სულზე კი 44,426 აშშ დოლარით, 27-ე ადგილზე მსოფლიოში), ხოლო ნომინალური მშპ-ით 5.167 ტრილიონი აშშ დოლარის მოცულობით - მესამეზეა მსოფლიოში.

ადამიანისეული განვითარების ინდექსით 0.903 (2015წ.) იაპონია ეკუთვნის ძალიან მაღალ დონეს (მსოფლიოში მე-17 ადგილზე [76]). ჯინის ინდექსი: 37.9 (2011 წ.)

გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსით 5.49 (2017-2018 წწ.) იაპონია მეცხრე ადგილზეა მსოფლიოში [77]. იაპონიისთვის აღნიშნული მაჩვენებელი ბოლო ათი წლის განმავლობაში სასაათდება შედარებით მზარდი დინამიკით (იხ. ნახ. 52).

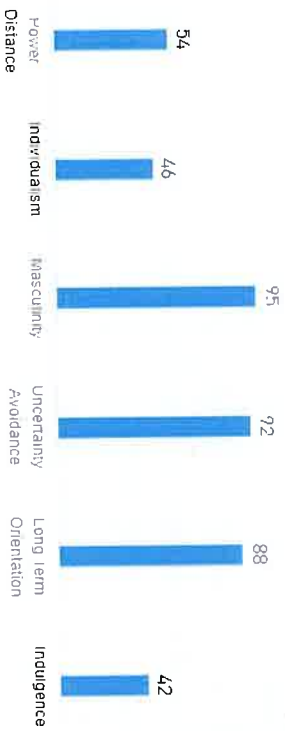
მსოფლიო ბანკის ჯგუფის მიერ გაანგარიშებული ბიზნესის კეთების საადგილის ინდექსის მიხედვით (2017 წ.) იაპონია არის 34-ე ადგილზე [78].



ნახ. 53 იაპონიის გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის დინამიკა

<https://tradingeconomics.com/japan/competitiveness-index>

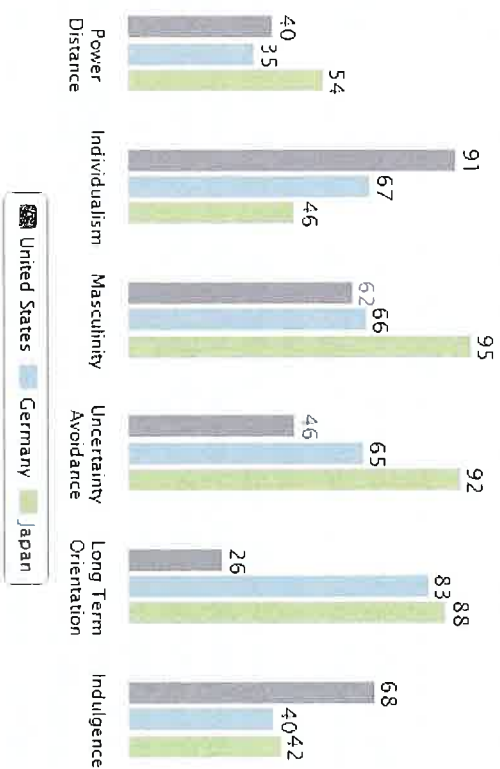
კლასიკური იაპონური ეკონომიკის ფუნქციონირებისა და მართვის ქვაკუთხედს წარმოადგენს კოლექტიურობა. მართლაც, გირტ ჰოფსტედეს 6-განზომილებიან კულტურულ მოდელში იაპონიის ინდივიდუალიზმის დონის მაჩვენებელი (ნახ. 54), არსებითად დაბალია ამერიკის შეერთებული შტატების და გერმანიის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით (ნახ. 55).



ნახ. 54. გ. ჰოფსტედეს კულტურული მაჩვენებლები იაპონიისთვის

[38]

United States
in comparison with Germany and Japan



ნახ. 54. გ. ჰოფსტედეს კულტურული მაჩვენებლები იაპონიისთვის აშშ და გერმანიასთან

ვის აშშ და გერმანიასთან მიმართებით [38].

ისტორიულად საემიანობის იაპონური კოლექტიური ბუნება სავარაუდოდ დაკავშირებულია წარსულში ბრინჯის მინდვრის დამუშავების პროცესთან, რაც მიიწე იყო და ერთი ოჯახის ფიზიკურ შესაძლებლობას აღემატებოდა. როგორც წესი, დასახმარებლად მთელი სოფელი იყო მობილიზებული. ჯამუფური ინტეგრაციის თვისება დღესაცაა შენარჩუნებული, რაც წარმოადგენს იაპონიაში სოციალური კაპიტალის მაღალ დონის არსებობის საფუძველს. აქვე უნდა აღინიშნოს იაპონური კომპანიების მიერ ე.წ. „სასიცოცხლო დასაქმების“ პრაქტიკის გამოყენება. მომუშავე კომპანიაში დასაქმებულია

საკენსიო ასაკამდე. მან იცის, რომ იგი სამუშაოს არ დააკარგავს და სტაბილურობის შეგრძნება იწვევს ადამიანის კომპანიის მიმართ ძლიერ ერთგულებას და მისი კომპანიაში ნაყოფიერი შრომის მოტივაციის ამადლებას. საინტერესოა ასევე იაპონურ კომპანიებში არსებული ტოტალური კონტროლის სხვადასხვა მექანიზმის არსებობა. ნებისმიერი მომუშავის შეცდომაზე პასუხისმგებელია მთელი კოლექტივი, რაც განაკვირვებს ამ კოლექტივს ყოველი წევრის დახვეწილ მუშაობას.

აღსანიშნავია ასევე იაპონიის საქმიან და მმართველობით კულტურაში გრძელვადიანი ორიენტაციის მაღალი დონე, რაც განასხვავებს მას აღნიშნული კულტურული პარამეტრით სხვა ქვეყნებისგან (ნახ. 54). ეს აისახება, მაგალითად, იმაში, რომ იაპონიის ხელისუფლება სისტემატიურად ახორციელებს ენერგეტიკული რესურსების ეკონომიური გამოყენების პოლიტიკას, კონკურენტუნარიანობის განუხრეულ ამადლებას, სამეცნიერო-ტექნიკურ პროგრესზე ორიენტაციას და ინოვაციების ათვისებას.

როგორ მოვიპოვოთ იაპონელების კეთილგანწყობა? რ. ლუისი აღნიშნავს, რომ იაპონელები ძალიან განსხვავდებიან ყველა სხვა ხალხებისგან. მათ უნიკალურობას ავტორი ხსნის სამი ძირითადი ფაქტორით. ესენია: ისტორიულად ქვეყნის იზოლაცია, მოსახლეობის განსაკუთრებით მაღალი სიმჭიდროვე და თვით იაპონური ენა. რ. ლუისი მიუთითებს მთავარ პუნქტებზე, რომლებიც უნდა გვახსოვდეს იაპონელებთან საქმიანი ურთიერთობისას [17; 24].

- იაპონური კომპანიის პირველი წარმომადგენელი, ვისთანაც თქვენ იწყებთ კონტაქტს, ყოველთვის დაესწრება ყველა სხვა მოლაპარაკებებს თავიდან ბოლომდე.

- როგორც წესი იაპონელები აწარმოებენ მოლაპარაკებებს გუნდურად და გუნდის თითოეულ წევრს აქვს თავისი სპეციფიკური მიზანი.

- იაპონური გუნდის წევრთა რაოდენობა შეიძლება გაიზარდოს და შემადგენლობა კიდევ შეიცვალოს, რადგან მათი სურვილია, რომ გუნდის ყველა წევრი გაგეცნოთ თქვენ.

- მოლაპარაკებებს ხშირად ესწრება მართვის ზედა დონის პერსონალის წარმომადგენელი, რომელიც გუნდს კარნახობს მოლაპარაკების ტექნიკას, თუმცა თვითონ იშვიათად გამოდიან სიტყვით. გუნდის ყოველი წევრი უსვამს შეკითხვას თავისი კომპეტენციის ფარგლებში (ამასთან, იშვიათად გუნდში ჩართული საუკეთესო ლინგვისტის კონსულტაციებს).

- რაც არ უნდა დამოუკიდებელი იყოს გუნდი, ის მაინც მიმართავს პრინციპულ საკითხებზე კონსულტაციისთვის მთავარ ოფისს. ეს იმის მანიშნებელია, რომ პირველ შეხვედრაზე გადაწყვეტილება არ იქნება მიღებული, სავარაუდოდ - მეორეზე.

- გადაწყვეტილება ყოველთვის მიიღება კონსენსუსის საფუძველზე. ამიტომ მოლაპარაკებების იაპონური გუნდის არც ერთი წევრი არ გამოამჟღავნებს ინდუვიდუალურ რაობას.

- მეორე შეხვედრა, როგორც წესი, ისევე როგორც პირველი, მხოლოდ კითხვები იქნება უფრო სიღრმისეული, უკვე სხვა გუნდის ჩართულობით.

- იაპონელები დიდი გულდასმით შეისწავლიან ინფორმაციას, რათა მომავალში გამოირიცხოს რაიმე გაუგებრობა.

- ისინი ფრთხილები არიან, იყენებენ ხელოვნური „განედვის“ ტექნიკას და არ უყვართ, როცა მათ აჩქარებენ.

- მათ გადაანგეტილებებს აქვთ გრძელვადიანი ხასიათი.
- როგორც კი იაპონური კომპანია მიიღებს გადაწყვეტილებას, მისი ჯგუფი ელოდება პარტნიორისგან სწრაფ მოქმედებებს.
- იაპონური კომპანია წყვეტს მოლაპარაკებებს, თუ შეამჩნევს რაიმე უხეშობას, მოუთმენლობას ან შეხვედრის პროტოკოლის დარღვევას.
- თუ იაპონელები ხედავენ, რომ თქვენ დიდ პატივს სცემთ მათ და თუ თქვენი მოთხოვნები გონიერია, შეიძლება კიდევ დაეთანხმონ თავიანთი მნიშვნელოვან ცვლილებას.
- იაპონელები მიდიან ბევრზე, რათა შეინარჩუნონ ჰარმონია მოლაპარაკებისას და დაახლოვონ ორი პატივცემული კომპანიის ინტერესები, ამასთან სიამოვნებით ესწრებიან შეხვედრებს არაფორმალურ გარემოში.
- ისინი არასოდეს არ ამბობენ „არა“ და არ წყვეტენ მოლაპარაკებებს, რაც აძლევთ მათ საშუალებას განაახლონ მომავალში მოლაპარაკებები, თუ შეიცვალა გარემოებები მათთვის უკეთესობისკენ.
- ისინი გადაადებენ საქმიან შეხვედრას, თუ იგრძნობენ, რომ შეიცვალა ის პირობები, რომლებმაც განაპირობეს შეხვედრის ჩატარება (გაურკვეველობის მიუხედავად ის იაპონიისთვის დამახასიათებელი მაღალი დონე).
- იაპონელი პარტნიორები გამოხატავენ განსაკუთრებულ თავგაზიანობას თქვენი ხელმძღვანელის მიმართ. იგივეს მოელიან თქვენგან მათ ხელმძღვანელთან დამოკიდებულებაში.
- იაპონელები მოლაპარაკებისას იყენებენ შუამავლებს, თუ მოძებნეს პიროვნება, რომელსაც მოლაპარაკების ორივე მხარე ენდობა.

- იაპონელ პარტნიორზე არ მოქმედებს მხოლოდ ლოგიკა და ინტელექტი. მათ უნდა მოეწონოთ მონაწილე მერე მხარე, ისინი მთელი გულით უნდა ენდონ მას. სხვა შემთხვევაში გარიგება უბრალოდ არ შედგება!

იაპონელების ქცევების დახასიათება და მათთან დაახლოების ხელშემწყობი ფაქტორები

- ყოველთვის იყავით იაპონელებთან თავგაზიანები. ხშირად ეს ნიშნავს, რომ უნდა იდგეთ, როდესაც სხვა შემთხვევაში ზიხართ ხოლმე. თავი დახაროთ მისაღებებისას (როცა სხვა დროს შეიძლება ხელს ართმევთ) და არაერთხელ მოუხადოთ ბოდიში თქვენს უტაქტობაზე, რომელიც შესაძლოა, არ დაგვიშვიათ.
- ხშირად შეაქეთ ისინი. იაპონელებს ეს უყვართ.
- ხაზი გაუსვით თქვენს დიდ პატივისცემას მათი კომპანიის მიმართ.
- ასევე განსაკუთრებით აღნიშნეთ თქვენი კომპანიის ასაკი, შემოსავლები და რეპუტაცია.
- გახსოვდეთ, რომ რასაც იტყვით, ისინი აღიქვამენ სერიოზულად და პირდაპირი მნიშვნელობით.
- არასდროს არ შეეხოთ მათ გრძნობებს.
- ცოტა შეისწავლეთ იაპონური ენა და გამოხატეთ თქვენი ინტერესი მათი კულტურის მიმართ. გასათვალისწინებელია, რომ იაპონელებს არ მოსწონთ, როდესაც უცხოელები სწრაფად იწყებენ იაპონურად ლაპარაკს.
- იაპონელებთან ინგლისურად საუბრისას, ილაპარაკეთ ნელა და მკაფიოდ.

- მზად იყავით, ზოგი რამ მოლპანაკეებისას გაიმეორეთ სულ ცოტა - ხუთჯერ, მნიშვნელოვანი მომენტები - ათჯერაც კი.
- თუ ისინი შეთანხმდნენ რაიმეზე ზეპირსიტყვიერად, შეასრულებენ. ამ შემთხვევაში სულ არ არის საჭირო ხელის ჩამორთმევა, საკმარისია პატარა თავის დაქნევა ან დახრა მათთვის უფრო მისაღები.
- ბევრზე შეიძლება მიიღვანაკოთ საცმიან შეხვედრებს შორის, ამიტომ მოეზადეთ ილპანაკოთ ბიზნესზე არაფორმალური ურთიერთობების დროს.

თავი აარიდეთ (არ გააკეთოთ)

- სიტყვებს „არა“, სიტყვებს „ეს შეუძლებელია“, „ჩვენ არ შეგვიძლია“. თუ არ ხართ თანახმა, უბრალოდ არაფერი არ თქვათ.
- იაპონელი პარტნიორების ჩაყენებას გამოუვალ მდგომარეობაში, ნუ გააკეთებთ ისე, რომ მათ თავისი „სახე დაკარგონ“.
- დაძალებას ხელმეკრულებაზე ხელის მოწერისას, სანამ ისინი თვითონ არ იქნებიან ამისთვის მზად.
- იაპონელებთან მოლაპარაკებისას მათ მიერ გადწყვეტილების მიღების დაჩქარების მცდელობას. გახსოვდეთ, რომ იაპონელმა პარტნიორებმა ყველაფერი უნდა შეთანხმონ სათაო ოფისთან.

თემა 14. ჩინეთის კროს-კულტურული თავისებურებანი და მმართველობითი კულტურა

ჩინეთი, ოფიციალურად ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკა, მდებარეობს აღმოსავლეთ აზიაში (ნახ. 55, 56) და არის არა მარტო უდიდესი ქვეყანა მსოფლიოში მოსახლეობის რიცხოვნობით, არამედ წარმოადგენს მსოფლიოში უძველესი ცივილიზაციის სამშობლოს. იგი წარმოიქმნა 5,000 წლის წინათ და ამ ხნის გაბნევალობაში ჩინეთი ინარჩუნებდა მსოფლიოს სხვა ქვეყნებისგან განცალკევებულობას.



ნახ. 55. ჩინეთი <http://www.mapsofworld.com/china/>

ჩინეთში ერთპარტიული სისტემაა. ძალაუფლება ჩინეთის კომუნისტურ პარტიას ეკუთვნის. როგორც ცნობილია, ჩინეთის იურისპიდიცია ვრცელდება 22 პროვინციაზე, 5 ავტონომიურ რეგიონზე, 4 უშუალოდ (პირდაპირ) კონტროლირებად მუნიციპალიტეტზე და 2 მაღალი ავტონომიურობის მქონე სპეციალურ ადმინისტრაციულ რეგიონზე (ჰონგ-კონგი და მაკაო). ჩინეთის ტერიტორიის ფართობია 9,596,961 კვადრატული კილომეტრი.



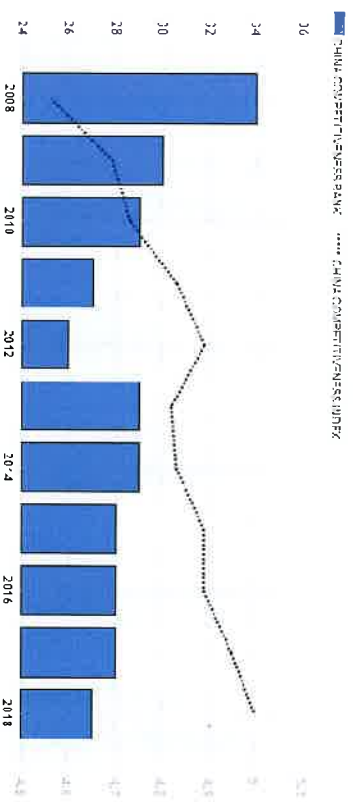
ნახ. 56. ჩინეთი აზიის და მსოფლიო რუკაზე
<https://www.worldatlas.com/webimage/country/as.htm>

2017 წლის მონაცემებით, მოლიანმა შიგა პროდუქტმა მსყიდველობითი უნარის პარიტეტით ჩინეთში შეადგინა 25.23 ტრილიონი აშშ დოლარი, რითაც იგი პირველ ადგილზეა

მსოფლიოში. (მოსახლეობის ერთ სულზე კი 18 066 აშშ დოლარით, 79-ე ადგილზე მსოფლიოში), ხოლო ნომინალური მშპ-ით 14.09 ტრილიონი აშშ დოლარის მოცულობით - მე-2 ადგილზეა მსოფლიოში.

ეთნიკური შემადგენლობით ჩინეთში ცხოვრობს 56-მდე სხვადასხვა ეროვნების წარმომადგენელი. ჩინეთის მოსახლეობის რიცხოვნება (2017წ.) შეადგენდა ერთ მილიარდზე მეტ მაცხოვრებელს - 1,384,350,000 ადამიანს. ჩინეთისთვის ადამიანისეული განვითარების ინდექსი 0.738 (2016 წ.), შეფასებით „მაღალი“, 90-ე ადგილზე მსოფლიოში.. ჯინის ინდექსი: 46.2 (მაღალი).

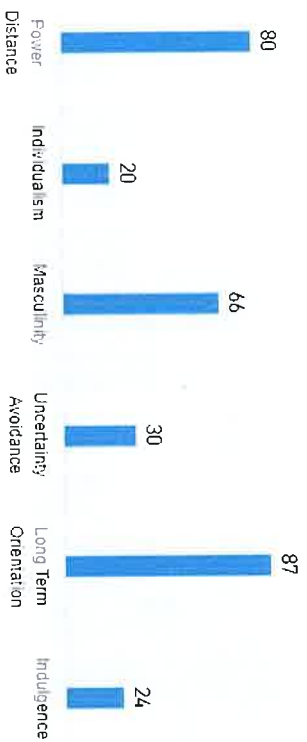
გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსით 5.00 (2017-2018 წწ.) ჩინეთი 27-ე ადგილზეა მსოფლიოში [77]. ჩინეთისთვის აღნიშნული მაჩვენებელი ბოლო ათი წლის განმავლობაში ხასიათდება მკაფიო მზარდი დინამიკით (იხ. ნახ. 57). მსოფლიო ბანკის ჯგუფის მიერ გაანგარიშებული ბიზნესის კეთების სიადვილის ინდექსის მიხედვით (2017 წ.) ჩინეთი არის 78-ე ადგილზე [78].



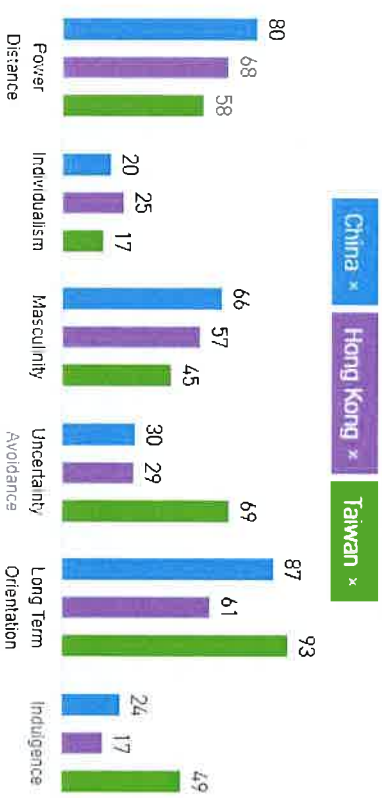
ნახ. 57 ჩინეთის გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის დინამიკა
<https://tradingeconomics.com/china/competitiveness-rank>

ჩინური მმართველობითი კულტურის თავისებურებების განხილვისას აღსანიშნავია, რომ ისევე როგორც იაპონიაში, მენეჯმენტი აქაც ეფუძნება კოლექტივიზმის პრინციპს. თუმცა, არის მნიშვნელოვანი განსხვავებაც, მაგალითად, თუ იაპონური კორპორაცია - ოჯახია, ჩინური ოჯახი არის კორპორაცია. ცნობილია, რომ ჩინეთში კორპორაციის ბირთვია საოჯახო ბიზნესი, მაშინ, როდესაც აშშ მენეჯმენტი დაფუძნებულია კონტრაქტულ ურთიერთობებზე. მმართველობით კულტურაში ასახვას პოულობს ჩინური საბაზრო სოციალიზმის მშენებლობის დენ სიოპინის ცნობილი გრძელვადიანი განვითარების კონცეფცია, რომელიც აერთიანებს მოდერნიზაციას, ტრადიციონალიზმს და ნაციონალიზმს.

ჩინელი თავისებურად აღიქვამს დროს და სივრცეს. მისი აზრით ადამიანმა უნდა მოახდინოს კონკრეტული სიტუაციის ეფექტიანი გამოყენება და არ უნდა იყოს ადამიანის ქცევის შეზღუდვა ზოგადი ობიექტური თუ წინასწარ განპირობებული შეზღუდვებით. ასეთი ხედვა ნათლად აისახება გირტ-ჰოფსტედის კულტურული მაჩვენებლების ისეთ პარამეტრში, როგორიცაა: განუზღვრელობის მიუღებლობის დონე (ნახ. 58).

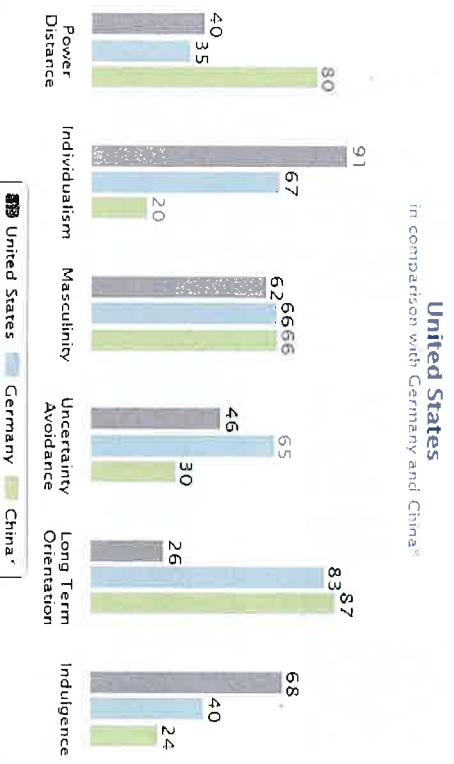


ნახ. 58. გ. ჰოფსტედის კულტურული მაჩვენებლები ჩინეთისთვის [38]



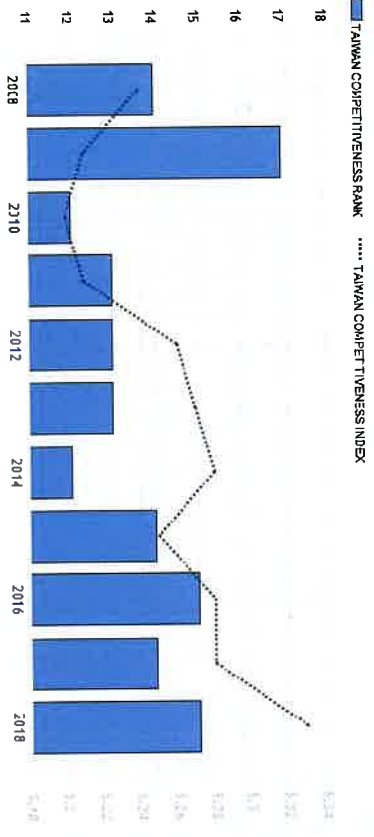
ნახ. 59. გ. ჰოფსტედის კულტურული მაჩვენებლები ჩინეთის, ჰონგ-კონგისა და ტაივანისათვის [38].

უნდა აღინიშნოს, რომ ტაივანი მნიშვნელოვნად გამოირჩევა თავის კულტურული მაჩვენებლებით (ნახ. 59). არსებითი განსხვავებაა კულტურული პარამეტრების მიხედვით ჩინეთის, აშშ და გერმანიის კულტურებს შორის. გამოკვლის წარმოადგენს მასკულიზობა (ნახ. 60).



ნახ. 60. გ. ჰოფსტედის კულტურული მაჩვენებლები ჩინეთისთვის აშშ და გერმანიასთან მიმართებით [38].

2017 წლის მონაცემებით: მოსახლეობა 23,571,990; ადამიანი-ნი; ადამიანისეული განვითარების ინდექსი 0.885 - ძალიან მაღალი; ჯინის იდექსი: 33.6 (საშუალო). მშპ მსყიდველობითი უნარის პარიტეტით 1.177 ტრილიონი აშშ დოლარი, მოსახლეობის ერთ სულზე 49,901 აშშ დოლარი. მსოფლიო ბანკის ჯგუფის მიერ გაანგარიშებული ბიზნესის კეთების სიაღველის ინდექსის მიხედვით (2017 წ.) ტაივანი არის მე-15 ადგილზე [78]. გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსით 5.33 (2017-2018 წწ.) ტაივანი იკავებს მე-15 ადგილს მსოფლიოში [77]. ტაივანისთვის ეს მაჩვენებელი ბოლო ათი წლის განმავლობაში გამოირჩევა შედარებით სტაბილური დინამიკით (იხ. ნახ. 61).



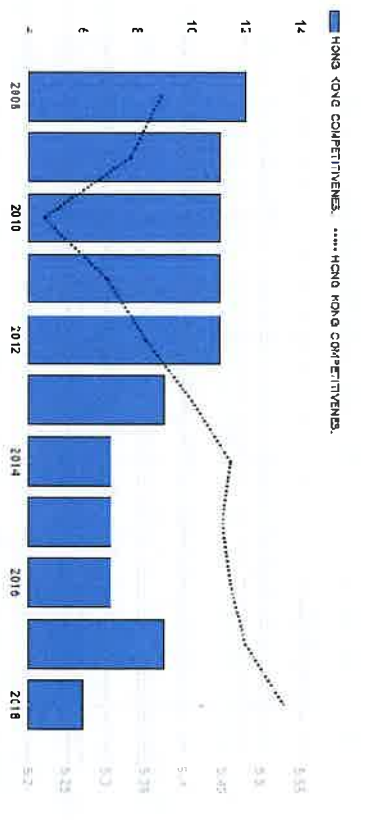
ნახ. 61 ტაივანის გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის დინამიკა
<https://tradingeconomics.com/china/competitiveness-rank>

ჰონგ-კონგი ასევე გამოირჩევა კულტურული მაჩვენებლებით (ნახ. 59). შესამჩნევია განსხვავება ინდივიდუალობის მაჩვენებლით და გრძელვადიანი ორიენტაციის დონით. სხვა კულტურული პარამეტრებით ჰონგ-კონგს უკავია შუალედური მდგომარეობა ჩინეთსა და ტაივანს შორის.

ჰონგ-კონგი გლობალური მნიშვნელობის ქალაქია. იგი მსოფლიო მნიშვნელობის მქსამე ფინანსური ცენტრია ლონდონის და ნიუ-იორკის შემდეგ. მას აქვს განვითარებული კაპიტალისტური პოსტინდუსტრიული ეკონომიკა. ჰონგ-კონგი დოლარი (HKD; HK\$) შედის რვა ყველაზე გამოყენებადი ვალუტების ჩამონათვალში.

2017 წლის მონაცემებით - ჰონგ-კონგის ტერიტორიის ფართობი - 2,755 კვადრატული კილომეტრი; მოსახლეობა 7,409,800 ადამიანი (ეთნიკური შემადგენლობა 92.0% ჩინელი); ადამიანი-სეული განვითარების ინდექსი 0.917 (ძალიან მაღალი); ჯინის იდექსი: 53.9 (მაღალი). მშპ მსყიდველობითი უნარის პარიტეტით 482.101 მილიარდი აშშ დოლარი, მოსახლეობის ერთ სულზე 64,533 აშშ დოლარი. მსოფლიო ბანკის ჯგუფის მიერ გაანგარიშებული ბიზნესის კეთების სიაღველის ინდექსის მიხედვით (2017წ.) ჰონგ-კონგი არის მე-15 ადგილზე [78].

გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსით 5.53 (2017-2018 წწ.) ჰონგ-კონგი იკავებს მე-6 ადგილს მსოფლიოში [77]. აღნიშნული მაჩვენებელი ბოლო 5-6 წლის განმავლობაში ხასიათდება შედარებით მზარდი დინამიკით (იხ. ნახ. 62).



ნახ. 62 ჰონგ-კონგის გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის დინამიკა
<https://tradingeconomics.com/china/competitiveness-rank2>

მსოფლიო ბანკის ჯგუფის მიერ გაანგარიშებული ბიზნესის კეთების სიადვილის ინდექსის მიხედვით (2017 წ.) ჰონგკონგი არის მე-5 ადგილზე [78].

როგორ მოვიპოვოთ ჩინელების კეთილგანწყობა? რ. ლუი-სი გამოყოფს მთელ რიგ თავისებურებებს ჩინეთის საქმიანი კულტურის შესახებ [17; 24]. პირველ რიგში გასათვალისწინებელია კონფუციანური ტრადიციულად ძლიერი ზეგავლენა და ამის შედეგია:

- ძალაუფლების დონეებს შორის მაღალი დისტანცია;
- მეწვემენტის იერარქიული მონყობის თავისებურისტილი;

- მორჩილების ფილოსოფია მშობლების, მასწავლებლების და უფროსების მიმართ; ორგანიზაციებში ხელფასების მნიშვნელოვანი დიფერენცია;

- მეწვემენტისთვის პრივილეგიების არსებობა;
- ინდივიდუალური შმის აკრძალვა;
- ადამიანებს შორის ურთიერთობები უფრო მნიშვნელოვნად ითვლება, ვიდრე ის პრობლემები, რომლებსაც ისინი წყვეტენ;

- კონფრონტაციებისთვის თავის არიდება - ჰარმონია და კონსენსუსი როგორც მთავარი ორიენტირი;

- გრძელვადიანი ორიენტაციების და მიზნების სტიმულირება.

ჩინელები პატივს სცემენ პირად სივრცეს და საუბრისას, თუ შესაძლებელია, იმყოფებიან არა ნაკლებ ერთი მეტრის მანძილზე. ჩინელები არიან საოცრად პუნქტუალურები და განსაკუთრებით უფრთხილდებიან საკუთარ და სხვის დროს.

ჩინელების ქცევების დახასიათება და მათთან დაახლოების ხელშემწყობი ფაქტორები

- გამოხატეთ თანაგძნობა ჩინელების სიძნელეების მიმართ - ეს აუცილებლად გამოიღებს თავის პოზიტიურ შედეგს;

- ზედმინვნით მოემზადეთ შეხვედრებისთვის, რასაც ჩინელები აუცილებლად დააფასებენ;

- გაეცანით ჩინეთის ისტორიას, შეაქეთ მათი გამოგონებლობის უნარი და მიღწევები ხელაგონებში;

- გასსოვდეთ, რომ ჩინელებისთვის ძალიან ძლიერია იერარქიულობის ფაქტორი ძალაუფლებაში, უთანაბრობა არა თუ მიღებულია, არამედ მისასაღებელიცაა მათ მიერ;

- თუ მოსალაოდნელია დიდი კონტრაქტი, შეხვედით ჩინელებს ხშირად, ჩინელებს ეს მოეწონებათ;

- თავისუფალ დროს, როდესაც ერთობით, იყავით ხელგაშლილები. ჩინელები მორიდებულნი და ზომიერები არიან, მაგრამ არა ვართობის და დღესასწაულების დროს;

- ჩინელები არ დაიჭერენ თქვენთან საქმეს, თუ არ შეიქმნება ნდობის ფაქტორი. დაამტკიცეთ თქვენი სანდოობა და პასუხისმგებლობა თქვენი საქციელით;

- შეეცადეთ გადაიღოთ მათი უნარი იყოთ თავაზიანი და ზრდილობიანი გამწილი ხელის მანძილზე;

- ისწავლეთ სტრიქონებს შორის კითხვა. შეეცადეთ დაადგინოთ, თუ რა უნდათ თქვენგან სინამდვილეში;

- აუცილებლად გამოიყენეთ შუამავლები. უმეტეს შემთხვევაში ეს საგრძნობლად აჩქარებს ვარიანტების პროცესს;

- გახსოვდეთ, რომ საჩუქრებს აქვთ დიდი მნიშვნელობა ბიზნესში და ურთიერთობებში. საჩუქრები შეარჩიეთ არა ფასის მიხედვით, არამედ უფრო იმ პიროვნების შესაბამისად, ვისაც ჩუქნით;
- გახსოვდეთ, რომ ჩინეთში მყიდველი მოდის პირველი და ელოდება განსაკუთრებულ პატივისცემას თავის მიმართ;
- ჩაიცვით სუფთად და კონსერვატიულად. წვერი და მსგავსი რამ აიძულებს ჩინელებს თავი იგრძნონ დისკომფორტულად;
- მოლაპარაკებების დამთავრებისას არ დაგავიწყდეთ მაღლობა გადაუხადოთ ყველა დამსწრეს.

თავი აარიდეთ (არ გააკეთოთ)

- გაბრაზებას ან ძლიერი უკმაყოფილების გამოხატვას;
- ჩინელი პარტნიორების დაჩქარებას;
- ჩინელი კოლეგის წინადადების უარყოფას. ამით თქვენ უარყოფთ იმ ადამიანსაც, ვინც შემოვიდა წინადადებით;
- ბაქიაობას;
- თქვენთან მოსულის იგნორირებას;
- გამოკვეთილად ტაივანის ან ტიბეტის თემების შეხებას;
- ადამიანის უფლებების დავის საკითხის წამოწევას.

საკონტროლო შეკითხვები

1. რით გამოირჩევა ამერიკის შეერთებული შტატების მმართველობითი და მოლიანად საქმიანი კულტურა?
2. როგორია ამერიკის შეერთებული შტატების საქმიანი კულტურის პარამეტრები გ. ჰოფსტედეს კულტურული 6-განზომილებიანი მოდელის მიხედვით?
3. რას ნიშნავს ევროპული მმართველობითი კულტურა?
4. რით განსვავდება ევროპული ბიზნესგარემო, საქმიანი და მმართველობითი კულტურა ამერიკულისგან?
5. რაში მდგომარეობს გერმანელი მეცნიერის ვალტერ ოიკენის მიერ შემუშავებული ფრაიბურგის სამეურნეო წესრიგების თეორიის ძირითადი არსი?
6. რა ლოგიკაა წარმოდგენილი რ. ლესემის და ფ. ნოიბაუერის კონცეფციაში მმართველობითი და ეროვნული კულტურის ურთიერთმოქმედების კუთხით?
7. რაში მდგომარეობს გერმანიის საქმიანი და მმართველობითი კულტურის თავისებურებანი?
8. როგორია გერმანიის საქმიანი კულტურის პარამეტრები გ. ჰოფსტედეს კულტურული 6-განზომილებიანი მოდელის მიხედვით?
9. რა შეიძლება ითქვას გერმანული მენეჯმენტის მოდელის და მმართველობითი კულტურის სანყისი თეორიული წყაროს შესახებ?
10. რა თავისებურებები შეიძლება გამოიყოს საფრანგეთის საქმიან და მმართველობით კულტურებში?
11. ვინ არის ფრანგული მენეჯმენტის ფუძემდებელი?
12. როგორია საფრანგეთის საქმიანი კულტურის პარამეტრები გ. ჰოფსტედეს კულტურული 6-განზომილებიანი მოდელის მიხედვით?