

Karolina Kolehmainen

FÖRETAGSKULTUREN I KINA

Möteskulturen och kvinnans roll

Examensarbete

CENTRIA YRKESHÖGSKOLA

Utbildningsprogrammet för internationell handel

Maj 2015

SAMMANDRAG

Enhet Karleby-Jakobstad	Tid Maj 2015	Författare Karolina Kolehmainen
Utbildningsprogram Utbildningsprogrammen för internationell handel		
Arbetets namn FÖRETAGSKULTUREN I KINA Möteskulturen och kvinnans roll		
Handledare Sara Åhman		Sidantal 49 + 2
<p>Kina växer och utvecklas för varje år och på många produkter kan man hitta texten "made in China". Produkterna är billiga då bland annat den kinesiska valutan Yuan har låg växelkurs och det gynnar Kinas export. Men hur skulle man göra för att få en lyckad förhandling och en nöjd partner i Kina?</p> <p>Syftet med detta arbete var att förklara Kinas företags-, och affärskultur ur en finländsk synvinkel och samtidigt kanske slå hål på de vanligaste myterna. Det fanns ingen uppdragsgivare, utan examensarbetet ska man kunna läsa som en guide ifall man önskar göra affärer med kinesiska företag.</p> <p>Forskningsdelen gjordes som fem personliga intervjuer mellan september 2014 och april 2015. Intervjupersonerna är representanter från olika internationella företag eller organisationer i Österbotten med erfarenhet av den kinesiska affärskulturen.</p> <p>Resultatet av undersökningen visade att teorin till en viss del hade rådande sanningar som stämde väl överens med verkligheten. Samtidigt fanns det vissa delar av teorin som man idag kunde kalla till myter eller gamla traditioner.</p>		
Nyckelord Affärskultur, företagskultur, Kina, kvinnans roll, möteskultur		

ABSTRACT

Unit Kokkola-Pietarsaari	Date May 2015	Author Karolina Kolehmainen
Degree Programme Degree Programme in International Business		
Name of thesis BUSINESS CULTURE IN CHINA Meeting culture and the role of women		
Instructor Sara Åhman		Pages 49 + 2
<p>China is growing and developing economically every year, and on many products you can find the text "made in China". The products are often cheap when, among other things, the Chinese currency, the Yuan has a low rate and it favors Chinese exports. But how should one act in order to have a successful negotiation and get a satisfied business partner in China?</p> <p>The aim of this work was to explain China's company and business culture from a foreign point of view and perhaps dispel the most common myths. This thesis should be read as a guide if one wishes to do business with Chinese companies.</p> <p>The research was conducted through five personal interviews carried out between September 2014 and April 2015. The interviewees were representatives from various international companies or organizations in Ostrobothnia, and they all had some experience of the Chinese business culture.</p> <p>The results of the research showed that the theory had some connection with reality. Nevertheless, there were some elements of the theory that could today be called old myths or traditions.</p>		
Key words Business culture, China, company culture, meeting culture, role of women		

**SAMMANDRAG
ABSTRACT
INNEHÅLL**

1 INLEDNING	1
2 FAKTA OM LANDET KINA	3
2.1 Geografi och befolkning	3
2.2 Kort om Kinas historia	4
2.3 Politiken i Kina	4
2.4 Ekonomi och handel i Kina	5
3 FRÅN KULTUR TILL AFFÄRSKULTUR	8
3.1 Vad är kultur	8
3.1.1 Kulturen i Kina	9
3.1.2 Grupp-, relations- och prestationskultur	11
3.2 Företagshierarki	12
3.3 Begreppet att tappa ansiktet	13
3.4 Möteskulturen i Kina	14
3.4.1 Förberedelser inför mötet	15
3.4.2 Mötesdagen	15
3.4.3 Mötets resultat	16
3.5 Några affärsrelaterade risker i Kina	18
4 KVINNANS ROLL I KINA	20
4.1 Från fotbindning till framtidens Kina	20
4.2 Kvinnans framfart i Kina	21
5 UNDERSÖKNINGSPLAN	23
5.1 Forskningsmetoder	24
5.2 Kvalitativ undersökningsmetod och intervjuer	25
5.3 Perspektiv inom den kvalitativa undersökningen	26
5.4 Reliabilitet och validitet	27
6 GENOMFÖRANDE OCH TOLKNING AV INTERVJUN	28
6.1 I begynnelsen av mötet med kineserna	30
6.2 Seder och bruk	32
6.3 Företagskulturen	35
6.4 Möteskulturen	37
6.5 Könsrelaterade frågor	39
6.6 Egna kommentarer	40
6.7 Förslag till utveckling	43
7 SAMMANFATTNING	46
KÄLLOR BILAGOR	48

FIGURER

FIGUR 1. Kinas utrikeshandel efter inträde i WTO	6
FIGUR 2. Isberget	9
FIGUR 3. Kinesiska företagshierarkin.	13
FIGUR 4. Att komma ihåg vid mötets olika skeden	17
FIGUR 5. Deltagande i arbetet, kön, land och år	22
FIGUR 6. Min undersökningsplan	23
FIGUR 7. Intervjupersonernas förkunskaper	31
FIGUR 8. Seder och bruk	32
FIGUR 9. Hur få svar på sin fråga.	39

TABELLER

TABELL 1. Presentation av intervjupersonerna	28
--	----

1 INLEDNING

Syftet med detta examensarbete och dess undersökning är att ur en finländsk synvinkel redogöra för hur den kinesiska affärskulturen är samt att djupare undersöka kvinnans roll och bemötande i Kina.

I detta arbete behandlas den kinesiska företags-, och affärskulturen. Även också historia och kultur behandlas eftersom de i stor utsträckning präglar dagens Kina. Man bör känna till kundens eller affärspartnerns affärs-, och företagskultur. Det finns förstås likheter och olikheter mellan Kina och västländerna. Man kan heller inte dra alla kineser över samma kam, d.v.s. ha en stereotypisk syn. Arbetet beskriver också kvinnornas roll både i västerländska länder och i Kina. Idag, åtminstone i mina trakter, är kvinnornas- och jämställdhetsfrågor väldigt aktuella. Det pratas om könskvoteringar och löner så därför skulle en undersökning vara intressant. Denna djupdykning i kvinnornas roll är inte ur den internationella handelns synvinkel någon väsentlig del, men man kunde analysera hur det kan i slutändan påverka marknadens olika synvinklar, t.ex. inom marknadsföring och hur man framställer könsnormen.

Meningen är att efter man läst detta arbete ska man förhoppningsvis förstå mera om den kinesiska affärskulturen. Samt vad man kan förvänta sig om man är kvinna och är på väg på möte eller samarbetar med en kinesisk organisation eller kinesiskt företag. Arbetet har ingen uppdragsgivare utan syftet är man kan läsa arbetet som en guide till affärskulturen i Kina.

Enligt de böcker och skrifter som använts som källor i detta arbete har Kinas situation ändrats en hel del de senaste tio åren så de referenser som använts för detta arbete borde inte vara mycket äldre än det. Meningen är att efter att man läst detta seminariearbete vet man lite om Kinas affärs-, och företagskultur. Man vet vad man kan förvänta sig i olika situationer och framförallt vet man hur man ska bete sig på ett representativt sätt.

Det som arbetet fokuserar sig på är främst sådant som ur handelns synvinkel kan verka nyttigt att veta. Enligt mig skadar det inte att veta varför man i Kina beter sig

på ett visst sätt, hur möten går till, hur företagshierarkin fungerar eller hurudan kvinnans roll är i Kina då man som ett utländskt företag planera att göra ett besök i landet. Man kommer egentligen inte att veta hur varje företag i Kina beter sig men man kanske får några svar på våra frågor och några synvinklar av företag som har besökt Kina. Eftersom denna undersökning gjorts i Österbotten i Finland har man försökt att hitta personer just därifrån. Jag anser man enklast kan relatera sina frågor, tolkningar och svar genom att göra på det viset.

De metoder som använts för att fullfölja detta arbete är att hitta tillräckligt aktuella sekundära och primära data, befintliga kvantitativa forskningsresultat såsom statistik. Dessutom gjordes en egen kvalitativ undersökning. Med tillräckligt aktuella menas sådan data som behandlar historiens Kina och dagens Kina. För att hitta reliabel information har man sökt efter aktuell data i form av artiklar, böcker och andra skrifter. Den egna kvalitativa undersökningen gjordes som flera temainterjuer med personer som har jobbat med och i Kina på olika sätt. Detta för att få en konkret bild av teorin och för att se och kunna jämföra olika personers möte med den kinesiska kulturen.

Informationen som hittades genom källorna analyserades, bearbetades och omformades till en sammanhängande text där man okomplicerat tydliggör den kinesiska affärskulturens särdrag ur en finländsk synvinkel. För att gå ännu djupare in i hur man i Kina blir bemött, undersökte arbetet också kvinnans roll i Kina. Man vill veta vad man som kvinna kan förvänta sig i sitt möte med den kinesiska kulturen. För att hitta information om detta har man valt att söka efter böcker som behandlar också specifikt detta.

2 FAKTA OM LANDET KINA

Detta kapitel behandlar allmän bakgrundsfakta om landet Kina. Texten innehåller bland annat information om geografien, historia och politiken i Kina.

2.1 Kinas geografi och befolkning

Kinas officiella namn är folkrepubliken Kina och huvudstaden heter Peking. Ytan på landet är 9 596 960 km². Med de siffrorna är Kina ett av världens största länder. Kinas norra del ligger nästan på samma breddgrad som Tyskland och den sydligare delen av Kina nästan i samma linje som vändkretsen. Största delen av landet har ett klimat med behagliga årstidsvindar och liksom i Finland är det kallare på vintern och varmare på sommaren. Naturen är varierande i Kina och har gett god mark att så på, så jordbruket i Kina har sysselsatt många människor i århundraden. (Landguiden 2014.)

År 2011 fanns det 1 347 350 000 människor i Kina och i Kina finns den största enskilda, etniska gruppen "hankinesen", som år 2000 bestod av 92 % av den kinesiska befolkningen och globalt sett är det hela 20 % av hela jordens befolkning. På grund av den ökande befolkningen har Kina från 1970-talet haft en enbarnspolitik som ännu idag tillämpas. Enbarnspolitiken betyder att ett par får föda ett barn. Nyligen hade kommunistpartiet ett stort möte där det beslöts att ifall ena föräldern är ensam barn kan paret få skaffa två barn. Tidigare var det nämligen så att ifall båda föräldrarna var ensam barn hade man lov att skaffa två barn. Det ena barnet, som ofta önskas av föräldrarna vara en pojke, får ofta stort ansvar och föräldrarna har ofta höga förväntningar på dem. Som enda barnet i familjen finns mycket större risk för att bli bortskämt och arrogant. (Sveriges ambassad i Peking 2012; Kjellgren 2009, 7-39; Billner 2013.)

2.2 Kort om Kinas historia

För att förstå den kinesiska affärskulturen är det väsentligt att förstå hur Kina blivit till det som det är idag. Historien präglar dagens Kina mycket och ju mer information man hittar i böcker om den kinesiska historien desto mer förstår man dagens Kina. Att känna till ett lands historia har också i affärssammanhang en positiv effekt som uppskattas av motparten.

Det finns information om det kinesiska imperiet så långt bak i tiden som från 221 f.Kr. Kina har varit ett jordbruksland i flera tusen år och tidigt uppfann man ett invecklat bevattningssystem. Flera andra betydande uppfinningar har gjorts i Kina såsom: kompassen, papper, boktryckning och andra innovationer som visar kinesernas tidiga kunnande. Arbetande bönder såg man upp till, medan man såg ner på lärda ämbetsmän, då de antogs vara för lata för att arbeta. (Lodén 2012, 27-60.)

Det finns en viktig händelse som ofta tas upp i böcker och det handlar om Mao Zedong, den första oktober 1949 på Himmelska fridens torg. Där utspelade sig en händelse som präglat dagens Kina mycket. Mao ville få det kinesiska folket in i nya tider: bondesamhället skulle ha det bättre ställt och vara mera rättvist än tidigare. Nya lagar stiftades och stora kampanjer ordnades, för att få Kina kommunistiskt. Anhängare från olika sidor, bland annat kommunisterna och de högt utbildade, började arbeta emot varandra. De kommunistiska i Kina ogillade att de utbildade i Kina hade det bättre ställt än andra, vilket ledde till en kulturrevolution som varade 1966-1976. Man kan säga att det är de utan de fackliga rättigheterna i Kina som gjort att Kina har lyckats bli till det som det är idag. Det är de som arbetat hårt, och det sägs att det har gett de resultat vi ser idag. (Lagerkvist 2007, 48.)

2.3 Politiken i Kina

Kina är en folkrepublik och enpartistat. Det är kommunistpartiet som har makten och det finns inga andra politiska inriktningar. Däremot sitter ännu reformpolitiken som fått Kina att utvecklas till det som det är idag. Det är kommunistpartiet som

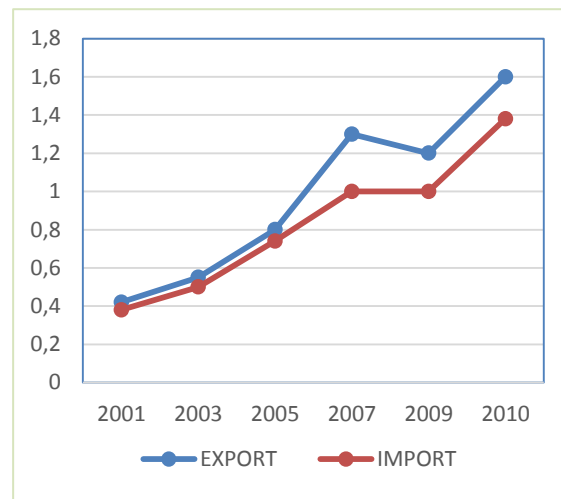
stiftar lagar och man väljer president och statsminister under folkkongressen. Idag heter presidenten Xi Jinping och han blev vald 14:e mars 2013. Statsminister är Li Keqiang och han valdes 15:e mars 2013. Eftersom det endast finns ett parti, censureras opassande innehåll på internet och media till förmån för regeringen. Kineserna har egentligen ingenting att säga till om och kritiserar man öppet regeringen som ensam kines riskerar man mycket. Kineserna tycker heller inte om att tala illa om sitt land, vilket hör ihop med religionen konfucianismen där relationen mellan stat och medborgare bör respekteras. (Beckman & Forsling 2009, 189; Utrikesdepartementet 2008; Svenska FN-förbundet 2013.)

Som i de flesta länder där när tillväxten ökat, har också den ekonomiska klyftan mellan de fattiga och rika ökat i Kina. Kina har en annorlunda syn på mänskliga rättigheter men den är inte helt avsaknad. När västlänerna sätter höga krav på mänskliga rättigheter vid samarbete, med till exempel Afrika ser Kina ingen mening med att inblanda sig i det, utan Kina fortsätter att göra affärer som tidigare trots det. Man kan säga att Kina prioriterar en annan sort av tillväxt, nämligen i form av ekonomisk utveckling. (Svenska FN-förbundet 2012.)

2.4 Ekonomin och handeln i Kina

Kinas valuta heter Yuan som förkortas CNY och Renminbi förkortas RMB. Växelkursen var år 2013 är 8.26 CNY per 1 euro. Landets totala BNP 2012 var 4799 miljarder euro eller 38676 miljarder Yuan, vilket är en ökning på 7,7 % från föregående år. År 2012 exporterades varor för 2049 miljarder USD och importerades för 1818 miljarder. De vanligaste exportvarorna är textilier, elektronik och verkstadsprodukter. De största handelsområdena år 2014 var USA med 16,9 % och Europeiska Unionen med 15,83 %. Med ett handelsöverskott på 155 miljarder USD kommer Kina med i listan på de fem länder i världen som har mest handelsöverskott. De vanligaste produkterna som Kina importerar är olja, oljeprodukter och metaller. År 2011 var arbetslösheten 4,1 % men siffran visar inte hur det egentligen ligger till, då man inte har statistik för hur det ligger till på landsbygden. (BOFIT 2013; Sveriges ambassad i Peking 2012 & Statista 2015.)

Kina blev medlem i WTO 2001. Medlemskapet har haft en positiv inverkan på landets export och import. Landet har också nu mer synlighet på den globala marknaden och eftersom den kinesiska marknaden är så stor inverkar landet på hela globala handelns marknad. (Economist 2011.)



FIGUR 1. Kinas utrikeshandel efter inträde i WTO (Economist 2011)

Enligt kurvan som man ser i figuren (FIGUR 1), kan man se att både importen och exporten ökat efter inträdet i WTO. Det har visat sig att det har varit lönsamt för den kinesiska exporten att vara medlem i WTO. (Economist 2011.)

Kinas handel med västländerna och EU har utvecklats avsevärt. År 2006 ökade handeln mellan EU och Kinas med 20 %, 254 miljarder euro. År 2003 började Kina och EU med i ett planerat omfattande samarbete (EU-China Comprehensive Strategic Partnership). I samarbetet tas olika aspekter av partnerskapets i beaktande för att få en bättre hållbar utveckling i alla anseenden. Möten hålls mellan samarbetspartnerna regelbundet, där de bland annat planerar framtidens strategier inom handeln. Tidigare har västländerna haft förutfattade meningar om kinesiska produkter. (Ekenstén-Möller 2009, 58 & Sveriges ambassad i Peking 2012.)

Tillväxten i den kinesiska ekonomin försvagas av att man försöker hålla liv i statsägda företag, på grund av en stor rädsla för arbetslöshet. De statsägda företagen

är en kvarlämning av tiden i planekonomin. Årligen läggs det undan kapital i årsbudgeten för dessa företag. Ett annat problem som försvagar tillväxten är Kinas stora behov av importerad naturgas, olja och mineraler. (Lagerkvist 2007, 35-37.)

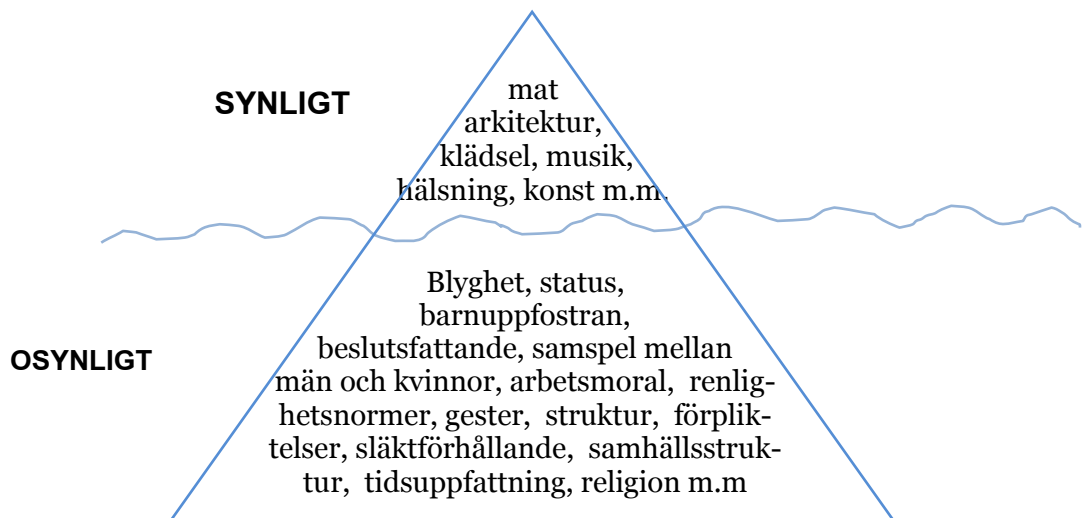
Miljöproblemen är ett av de stora problemen i Kina, och ingen verkar vilja ta tag i problemen. Man koncentrerar sig mera på att få den ekonomiska tillväxten att öka än att ta tag i miljöproblemen. I Kina dör årligen 400 000 människor av dålig luft och sjukdomar som är relaterade till miljöproblem. Mellan de fattiga och rika i Kina finns en spänning; korruption och maktmissbruk upprör folk och efter att utvecklingen inom teknologin gör att man kan få fram informationen på internet, får folk reda på händelser mycket enklare vilket ökar spänningen. Illegala människosmugglingar och prostitution förekommer och oftast vet polisen om det, men korruption och pengar gör att de flesta håller tyst. Stora affärskedjor gynnas av att det finns prostitutionsklubbar i närheten. (Lagerkvist 2007, 49-51 & 87-116.)

3 FRÅN KULTUR TILL AFFÄRSKULTUR

Man kan säga att ett lands kultur och traditioner speglas över till affärskulturen. Vad döljer sig bakom den kostymklädda chefen, vilka traditioner håller hen fast sig vid och vilka situationer och gester ogillas. Under följande rubrik förklaras vad kulturen är, samt vilka särdrag den kinesiska (affärs)kulturen har. Vad menas med kultur, affärskultur och möteskultur? Hur olik kan en annan kultur vara i jämförelse med vår egen kultur och hur kan man förvänta sig att en annan beter sig. Man vet hur människor från den egna kulturen beter sig. Finländare är enligt mig i jämförelse med kulturer som jag självt mött på ärliga, eftertänksamma, återhållsamma men ändå på något sätt känsliga. Hur uppfattas könsroller och hur beter sig dessa i Kina. Är situationen kanske likadan som i Finland?

3.1 Vad är kultur

Kultur handlar om en grupp människor som i första hand lever tillsammans och utvecklar ett sätt att överleva. Det utvecklas gemensamma regler och sätt hur man ser på ledarskap, så att det ska fungera under dessa människors omständigheter. Geografi kan ha en inverkan på kulturen eftersom klimatet avgör ifall man hellre vill vistas inomhus eller utomhus. En annan sak som kan ha en inverkan på kulturen kan vara religionen som styr människors beteenden och tanke sätt. (Beckman & Forsling 2009, 15-16.) Genom att ta reda på kulturen i det land din blivande affärspartner kommer ifrån, får du en fördel genom att veta hur partnern tänker kring olika saker och man behöver inte vara rädd att göra bort sig med att säga fel saker eller bete sig. (Gesteland 2006, 8).



FIGUR 2 Isberget (omarbetad Beckman & Forsling 2009, 17)

Kulturer förklaras ofta som ett isberg som i figuren ovan (FIGUR 2) Det är en liten del som är synlig men under ytan finns det mycket mer. Att tro man vet något om ett lands affärskultur utan att studera det som finns under ytan är bara oförnuftigt.

3.1.1. Kulturen i Kina

Den kinesiska kulturen är mycket intressant och är så olik den finländska kulturen. Att den fortfarande idag känns stark måste bero på kinesernas vilja att bevara den.

Den kinesiska kulturen är flera tusen år gammal, mycket äldre än vad den kinesiska staten är. Språket har en lång historia på flera tusen år. Språket känner vi igen genom att det inte skrivs med bokstäver utan med tecken, som har olika betydelser. Kinesiskan är inget enkelt språk att lära sig och det var inte heller avsett att vara det. Man har övervägt i Kina att göra tecknen enklare och vissa förenklingar har gjorts. Idéer om att byta ut kinesiska mot engelskan har också funnits, men idén har ogillats i Kina. (Lodén 2012.)

Alla har säkert sett många kinesiska tecken, som ofta förknippas med kulturen. Det finns runt 100 000 tecken. Det är dock få kineser som kan alla. Vill man kunna läsa en tidning räcker det att man kan runt 2000 tecken. Efter att man gått ut grundskolan i Kina, förväntas man kunna runt 3000 tecken. Vissa tecken är helt logiska, som till exempel två tecknen som förts samman som betyder; "att flyga" och tecknet för "maskin" blir till flygplan. Små sammansatta teckendelar som förts samman bildar således ord eller meningar. (Kjellgren 2009, 45-47.)

I Kina talar man inte om tro såsom vi gör, utan man talar om läror. Lärorna kan delas in i konfucianismen, daoismen och buddhismen. Ofta lärs dessa läror ut med statligt stöd i tempel och skolor. Yin och Yang; en cirkel med svart och vitt, kommer från daoismen. Tecknet visar en kulle; den ena sidan med sol och den andra sidan utan sol. Yin och Yang symboliserar att allt har två sidor: måne - sol, ond - god, söt - sur och så vidare. Man kan se att mycket inom affärskulturen präglas av Yin och Yangs strävan efter en balans. (Kjellgren 2009, 12-16.)

Kinesernas namn består ofta av 2-3 delar, som innehåller olika mängder tecken. Först i namnet kommer familjenamnet och sen personnamnet. Ofta när man kallar på en kines sägs hela namnkombinationen. Det kan vara invecklat med olika namn eftersom en hel stad kan ha samma efternamn, t.ex. Wu som ofta förekommer. Vid giftermål behöver inte kvinnan ta mannens efternamn. Utländska namn översätts ofta i Kina, som exempel Bill Gates heter *Bier Gaici*. Så vill man vara på den säkra sidan att kinesen ska minnas ditt namn kan man skaffa sig ett kinesiskt namn. (Pietarinen 2010, 36-37.)

Företagsnamnen i Kina kan vara väldigt långa och krångliga att komma ihåg. Ofta är det kinesiska namnet direkt översatt till engelska. Ett exempel kan vara: China Jianxi Yifeng Foreign Trade General Corp Import & Export Department, som förkortas CJYFTGCIED. Alla bokstäver kan anses vara svåra att komma ihåg för affärspartner från andra länder. Vissa företag har till fördel för exporten lyckats komma på igenkännbara namn och översättningar. (Pietarinen 2010, 40.)

3.1.2. Grupp-, relations-, och prestationskultur

Kulturer kan delas in i tre undergrupper: grupp-, relations- och prestationskulturer. Dessa känner man igen genom att de är fixerade vid olika saker. Man hör genast på namnet att grupp-kulturer sätter större värde på gruppen. Relationskulturen sätter värde på relationer i affärssammanhang och prestationskulturen tänker mera på resultatet av mötet än på att satsa tid på relationen. (Beckman & Forsling 2009, 27-53.) Finland hör nog till prestationskulturen där man är enormt tidsfixerade. Vi behandlar tiden som om den vore pengar och spenderar den enligt det. Man är noggranna med att fakta tas upp från början och att förhandlingar och affärer ska gå till på ett strukturerat sätt.

Man kan säga att Kina hör till grupp-kulturen. Där betyder det ingenting att vara ensam, för då finns man inte utan sitt kontaktnät. Det handlar om att ta hand om gruppen som en helhet. Familj och arv går före allt; därför kan man hitta en person med en viss befattning utan att personen har tillräckligt med kompetens för uppgiften. Han har tydligen fått befattningen för att han t.ex. har varit en vän till familjen. När man gör affärer med ett företag som hör till grupp-kulturen finns det några saker man bör tänka på. Det är inte direkt fint att skryta på sitt eget företag, utan man bör istället satsa på relationen med partnerföretaget. Äldre respekteras för deras erfarenheter genom åren och kommer troligtvis vara med på möten för att ge råd. (Beckman & Forsling 2009, 27-53.)

Ordet Guanxi kommer från Kinas motsvarighet till relationsnätverk. Välfungerande relationer och nätverk är nyckeln till framgång både i affärslivet och familjelivet och bör tas hand om varsamt. Dessa nätverk finns överallt och information och tjänster utbyts via dessa för att nå dit man vill, som ett slags socialt kapital. Det kan handla om att få hjälp med att få ett jobb eller en studieplats. (Pietarinen 2010, 57.)

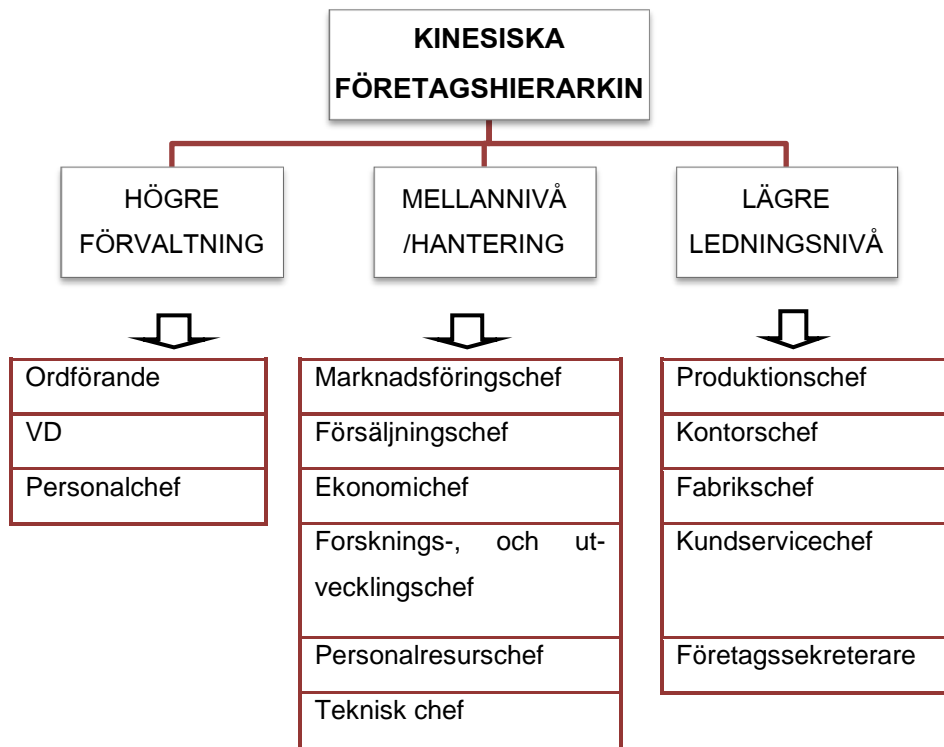
Det kan vara viktigt i alla affärssammanhang att veta vilken affärskultur man tillhör. Det är bra att veta hur man själv fungerar för att kunna ta emot den andra kulturen. Det finns många skillnader mellan finländare och kineserna. I Finland ses man i första hand som enskilda individer, med eget initiativtagande. Finländare är vana med att själva göra beslut och lösa problem.

3.2 Företagshierarki

Den kinesiska affärshierarkin nämns ofta i litteratur. Affärshierarkin diskuteras närmare i följande text och varför den är så viktig och varför den bör respekteras.

Det är egentligen en gammal tanke om att familjen är byggd med fadern som äldst och visast som det kinesiska hierarkisystemet har utvecklats ifrån. Det verkar vara ett fungerande sätt för kineserna och företagen har också använt detta system. Ålderdom förknippas med vishet och ungdom med okunnighet. Därför rekommenderas inte att skicka alltför unga personer på möten eller uppgifter till kinesiska företag. Omvänt bör man heller inte utdela uppgifter åt en i högre ställning i Kina. Cheferna är oerhört noggranna med att vara den som bestämmer och visar det tydligt. De yngre bör lyda de äldre och inte ta egna initiativ. (Beckman & Forsling 2009, 195-196.)

När man tänker sig ett kinesiskt företags hierarkiska figur är det en trekantig figur, med en smalare topp. Kommunikationen sker uppifrån neråt. Det innebär i praktiken att det är cheferna högst upp som fattar beslut som förs över till de anställda. Besluten förs vidare och omvandlas till order genom de olika planen till de anställda som beslutet berör. Mellancheferna rapporterar sen uppåt hur det går och för vidare beslut. Varje beslut och steg som görs är noggrant genomtänkta av en chef som har tillräckligt med kunskap och kvalifikationer för att göra dessa beslut. Nackdelen med detta system är att när det uppstår problem, vet de anställda lägre i hierarkin inte vad de ska göra och har inte förmågan att lösa problem på egen hand. Det här beror på att de anställda är så vana att få order uppifrån. (Lee 2011.)



FIGUR 3. Kinesiska företagshierarkin (omarbetad Hierarchystucture 2013)

I figuren ovan (FIGUR 3) visar att det kan se ut till exempel enligt följande: Tjänstemännen på den högsta nivån administrerar hela organisationen på arbetet. Alla beslut görs av dem och de planerar allt. Uppgifterna ges sedan vidare till nästa nivå. Nästa nivå fungerar som en mellannivå. Den sköter om hantering och utförande för organisationen. De anställda på mellannivån är specialister på sitt område och vet hur uppgifterna ska ges ut till nästa nivå för att allt ska fungera på bästa och smidigaste sätt. Nästa nivå är den lägre ledningsnivån. Där finns det team med yrkesmänniskor som tar emot order från högre nivå. (Hierarcystucture 2013.)

3.3. Begreppet - att tappa ansiktet

I de flesta böcker som behandlar den kinesiska affärskulturen beskrivs det ofta att tappa ansiktet. Ansiktet enligt den kinesiska kulturen är något man kan tappa, ge, bevara eller förlora, beroende på vad man gör i olika situationer. Att till exempel

kritisera någon öppet gör att någon tappar ansiktet och att berömma någon så gör att man ger ansikte åt någon. Att tappa ansiktet kan också ha att göra med vem som kritiserar vem. En person som är lägre ner i hierarkin och kritiserar uppåt gör att den som är högre upp tappar ansiktet mer än, om den som kritiserar är på samma nivå i hierarkin. Ansiktet kan förklaras som en känsla, som kan vara skam eller häpnad. I en grupp handlar det mer om ett rykte och i grupp kulturer är det ytterst viktigt att ha kvar sitt ansikte. I jämförelse med prestationskulturer där man klarar sig efter att det hänt om man tappat sitt ansikte, så gör man inte det i en grupp kultur. Att tappa ansiktet i en grupp kultur är ödesdigert och skammen överförs på familjen och vänner. (Beckman & Forsling 2009, 39-43.)

Med andra ord kan man säga att tappa ansiktet är ett annat ord för att göra bort sig. Vid prestationsinriktade interna tävlingar till exempel inom företag kan det till och med hända att man med flit gör så att någon annan gör bort sig, d.v.s. tappar ansiktet för sin egen vinnings skull, men risken är förstås den att man får tillbaka med samma mått. Kineserna verkar vara väldigt känsliga för att göra bort sig och det behöver inte heller vara något väldigt stort som orsakat att man tappat ansiktet. Med utlänningar kan undantag ges, men man borde kanske se över ifall affärspartnern är den som följer traditionerna mycket eller ifall den är öppensinnad. (Poropudas 2012.)

För att undvika att tappa ansiktet kan man ta till olika tillvägagångsätt. Man kan slingra sig genom svåra situationer, genom bortförklaringar och vita lögner. Om man har kritik att komma med bör den tas upp väldigt försiktigt och man bör noga tänka på vilket sätt kritiken ska framföras på och genom vilka personer. Vill man svara nekande bör man tala runt det nekande, som en undanflykt. Man får ansikte genom att få berömmelser och komplimanger, som man inte tar emot. (Beckman & Forsling 2009, 39-43.)

3.4 Möteskulturen i Kina

Med ordet möteskultur menas hur och på vilket sätt mötet har en viss sorts kultur. I kapitel 3.1 beskrevs de olika delarna inom en kultur och med det kan nämnas att affärsmöten är inget undantag. Med den kunskapen kan man förbereda sig på vad som kan förväntas i ett möte i Kina.

3.4.1 Förberedelser inför mötet

Före själva mötet är det viktigt att redan i möteskallelsen ge tillräckligt med information till mötesdeltagandena om vad som ska tas upp och diskuteras under mötet. Det här behövs ifall det finns något som anses vara viktigt för en viss person och denna person inte vill missa det. Dock kommer mötestiden och platsen inte att offentliggöras tidigare än några dagar före mötet. (Mack 2013.)

Vid val av kläder inför mötet kan man säga att lagom är bäst. Man kan tänka att klädseln ska vara konservativ och simpel. Är man kvinna och tycker om att sminka sig bör man tänka på att inte ha för mycket make-up på sig. Som en bra förberedelse kan man ordna översättare eller tolk. Ofta har kinesen en tolk, men för säkerhets skull är det bra att ha en egen tolk så att man inte behöver vara rädd för att missa något. (Mihaj 2013.)

Det kan vara bra att i förhand undersöka partnerföretagets hierarkisystem så att man känner till de olika avdelningarnas chefer. På mötet är man då förberedd med att man vet vem man ska prata med i diverse frågor. (Lee 2011.)

3.4.2 Mötesdagen

På mötesdagen är det viktigt att komma i tid. Den viktigaste gästen eller den som är högst upp i hierarkin går in i mötesrummet först. Är det första gången man träffas ger man en gåva med båda händerna. Man skakar hand eller bugar, vilket är vanligt i Kina, och sätter sig. Den viktigaste personen sätter sig mitt emot värdens

och ifall det inte finns ett bord sätter sig den viktigaste personen till höger om värden, och mitt emot dörren i rummet. Andra personer eller gäster som också är viktiga sätter sig bredvid och resten av deltagarna sätter sig på de resterande platserna. (Mack 2013.)

Mötet börjar ofta med småprat Detta för att värma upp deltagarna inför mötet. Värden välkomnar alla och presenterar mötets innehåll. Under mötet är det viktigt att inte avbryta, inte ens en tystnad, för att det är alltid värden som ska ha det första ordet. Ifall man kallar på en Kines säger man först titeln och sen efternamnet, till exempel Direktör Ho om efternamnet är Ho. Att fråga rakt ut av en person eller fråga en åsikt så att personen blir utpekad är inte att rekommendera, eftersom personen i fråga kan förlora ansiktet och börja skämmas. Under mötet ska man inte prata för snabbt. Om kinesen har en tolk kan tolken missa något och innebörden i det sagda blir således fel. Man ska heller inte använda ordspråk med kinesen eftersom ett ordspråk i vår kultur kan betyda något helt annat för kinesen, och i vissa fall kan det uppstå ett stort missförstånd. Det är ytterst viktigt att vara specifik och direkt i sina val av ord. (Mihai 2013 & Goh & Sullivan 2013.)

3.4.3 Mötets resultat

Det är viktigt att man inte har för stora förväntningar på mötets resultat, eftersom saker kan ta längre tid än man trott och fastän man trott att man förstått allt som mötet behandlade, kan det finnas saker man missat eller inte förstått (Goh & Sullivan 2013). Det är viktigt att veta att fastän avtal har blivit påskrivna kan nya förändringar och avtal behövas, för att det kan hända att förhandlingen inte är slut ännu (Pietarinen 2010, 96). Förhandlingarna tas upp om och om igen och har ofta också en annan innebörd än att få avtal påskrivna. Det handlar också om att fördjupa relationen (Beckman & Forsling 2009, 203-204).

Alla är olika och man måste försöka vara öppna för att allt kan hända, så att man inte fastnar i ett visst specifikt handlingsmönster som man tidigare vant sig vid. Vissa saker är så inpräntade i våra hjärnor om hur saker går till att vi blir blinda för nya saker och tror att ett annat okänt handlingsmönster inte gäller eftersom man

inte stött på det förut. Jag kan jämföra med att jag själv har haft en stereotypisk syn som jag hållit fast vid i olika sammanhang. För att lyckas i ett möte tror jag att man bör ha ett öppet sinne och framförallt respekt för den andra parten.

Man kan också jämföra med möten i Finland där man koncentrerar sig på fakta och börjar mer eller mindre direkt med mötets huvudinnehåll. Finländare vet egentligen inte mycket om företagspartnern förutom namn och befattning före mötet. När man ser hur det går till i Kina börjar man fundera ifall man borde sätta mer tid på att lära känna sina affärspartner.



FIGUR 4. Att komma ihåg vid mötets olika skeden.

I figuren ovan (FIGUR 4) ser man vad som är viktiga saker att komma ihåg när man ska ha möten i Kina. Första skedet innan mötet är att ge ut eller att få en möteskallelse av något slag. Planeras bör också ifall man kommer att använda tolk och kanske hur man ska klä sig, klädseln ska vara konservativ och enkel. Andra skedet, eller vid själva mötet, ska man komma i tid och i mötesrummet vänta på att kineserna visar åt en var man ska sitta enligt sittordningen ifall en sådan finns. Man ska ha respekt för värden och/eller chefen, och till exempel inte prata samtidigt som hen. Möten kan ta länge och man kommer inte nödvändigtvis långt för det. Det är viktigt att veta att man förstått allt som blivit sagt, så att man inte blir förbluffad sen.

3.5 Några affärsrelaterade risker i Kina

Det kan vara bra att känna till de risksituationer som kan uppstå när ett företag gör affärer med ett annat land. En risk är korruption, som är något som tyvärr ofta förekommer i Kina. Med andra ord kan man kalla korruption till att man mutar någon, också olagligt. Det kan handla om att man mutar en lärare för att få bättre betyg, få en bättre position eller få något olagligt till affären. Även i affärsammanhang pågår korruption och det bästa man kan göra som utomstående är att inte lägga sig i och hålla sig långt borta. Det värsta är att korruption ibland är farlig, som till exempel när någon mutar en kontrollant. Om man lägger sig i finns risken att man själv kan bli dömd för brott och i Kina är straffen mycket hårdare och det finns även dödsstraff. (Pietarinen 2010, 90-91.)

En annan risk är att bli lurad. Det finns uppgifter om att finländska företag blivit lurade under affärsmöten i Kina. Eftersom kulturerna är olika vet man inte vad som är rätt eller fel för situationen och misstag kan ske. Under mötet kan det kinesiska företaget vilja få en handpenning på köpet på t.ex. under 1 %, så om hela köpesumman är flera miljoner så räcker det väl för ett oärligt företag att få några tusen i förskott. Det lönar sig att undersöka företaget på förhand. Ett tecken på att företaget inte är att lita på är om möten och förhandlingar går ovanligt snabbt och inte är så djupgående, vilket kan bero på att företaget vill nå vinsten så fort som möjligt. (Pietarinen 2010, 103-105.)

Det är bra att förstå att orden ja och nej kan vara mångtydiga i Kina eftersom ordet ja inte alltid betyder att svaret är jakande och samtidigt undviks så ordet nej. Ett nej kan verka ohyggligt i Kina och kan leda till att någon tappar ansiktet. Istället för ordet nej används meningar som går runt ordet, som bortförklaringar. En bra idé ifall man tänker fråga något svårt är att ta till en tredje person som kan fråga en svår fråga eller ge kritik. Ordet ja kan man heller inte ta för givet. Ifall man frågar något viktigt eller frågar efter en åsikt och man får svaret ja, så kan det vara svårt att tolka. Därför är det viktigt att formulera frågorna så att man får de rätta svaren. (Beckman & Forsling 2009, 201-203.) I affärssammanhang kan detta tänkas vara väldigt krångligt.

Det är alltid bra att veta som utländskt företag i Kina och i andra länder för den att det alltid finns en risk för att få produkter kopierade. Företag kan läcka information och genom att personalen byts ofta går informationen vidare. Stölder inom företag, lagriska, avtalsrisker och dataskyddsriska kan förekomma och som utländskt företag i Kina ligger man i riskzonen. I vissa fall har även myndigheterna satt upp övervakningskameror i fabriker för att övervaka. Trots det finns det kinesiska företag som lyckats kopiera utländska företags produkter till att bli väldigt likadana som originalet. (Pietarinen 2010, 80-84.)

4 KVINNANS ROLL I KINA

Begreppet könsroller och kvinnans roll i samhället i allmänhet runtom i världen talas det ofta om ur olika synvinklar i vardagslivet och i affärslivet. Man talar om könskvotering i företag och om jämställdhet. Det behandlas denna del öppet och i detta kapitel tas fram sådan teori som baseras på fakta och statistik. Forskningen som sker efter detta kommer att vara som en synvinkel på ämnet och är således inte den enda rätta utan man kunde tänka sig att det finns oändligt många perspektiv på könsrollen i Kina. Samtidigt måste man komma ihåg att fenomenet könsroller kommer att utvecklas och växa hela tiden så man kan inte förutspå vad som exakt kommer att hända i Kina och i världen. Eftersom kvinnans roll enbart är en liten del av hela företagskulturen kommer man inte att analysera den utanför företagets och handelns gränser.

4.1 Från fotbindning till framtidens Kina

Fotbindning är ett fenomen som handlar om att man binder sina fötter redan i ung ålder för att inte låta sina fötter växa. Fotbindning är eller var en av de traditioner som flickor eller kvinnor fick stå ut med i Kina. Det ansågs att små fötter var fina, vilket ökade chansen för att bli bortgift och det var det föräldrarna ville. Flera procent av de som blev fotbundna dog för att de drabbades av blodförgiftning. Dessbättre är denna tradition inte laglig mera. Var man gravid i Kina och väntade en flicka kunde man välja ifall man ville göra abort, eller att döda spädbarnet, så flickor var mycket oönskade. Det fanns till och med ett hemskt uttryck som heter "hellre en lam son än åtta friska döttrar". Trots den förtryckande synen på flickor i Kina, kan man i historien också se glimtar av starka och stora kvinnor. (Russon, 2014.)

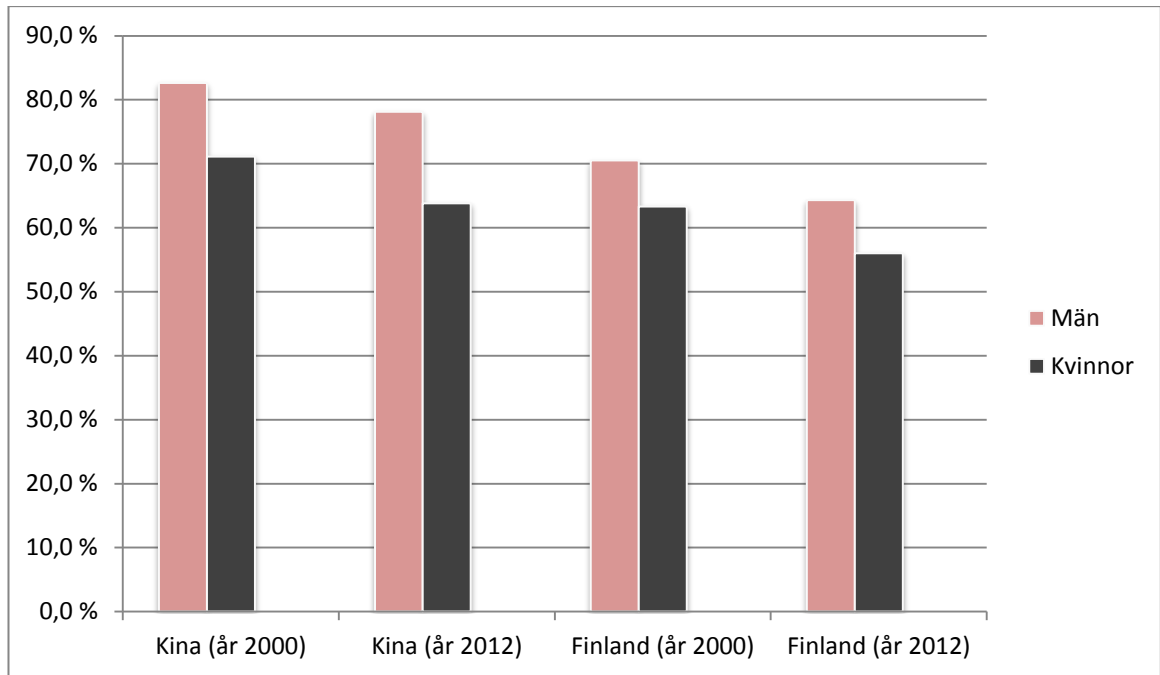
Efter att tiden gick började det bli vanligare för människor i Kina, speciellt hos de lärda männen att se på de människor som var mindre värda. De lärda männen trodde och lydde konfucianismens läror där det bland annat lärdes att man ska kämpa för de som är mindre värda. Männen började se att kvinnor borde ha mer rättigheter, som att kunna lära sig läsa och ha mer bestämmande rätt över sina kroppar. Under början av 1900-talet startades en nationell kvinnorörelse i Kina.

Trots det var det endast en del som fick det bättre ställt. Under upproren som härjade i Kina under den tiden på grund av att det kinesiska imperiet upplöstes, var många kvinnor med och kämpade för en kinesisk republik. Efter upprorstiden frodades feministiska och kvinnorättsrörelser och man började tala om kvinnors rösträtt. (Thorborg 2014 & Xiaoling 1998.)

Efter 1949 började regeringen ta itu med de mänskliga rättigheterna för att öka jämställdheten bland kvinnor och män och år 1990 godkände Kina konventionen där kvinnor och män skall få lika lön för samma arbete (Xiaoling 1998). Hillary Rodham Clinton höll 5 september 1995 ett tal i Peking om mänskliga rättigheter eller rättare sagt kvinnors rättigheter i Kina. I sitt tal tar hon fram att alla borde få samma rättigheter inom arbete, familj och politik och att ingen borde ta emot våld i hemmet (Clinton 1995). Efter detta tal lade den kinesiska regeringen in kvinnors ökade rättigheter som ett mål inom den nationella politiken, bland annat genom öka rättigheterna gällande utbildning och familj (Thorborg 2014 & Xiaoling 1998).

4.2 Kvinnans framfart i Kina

Tack vare mera grundläggande utbildning för kvinnorna har analfabetismen minskat från 90 % 1949 till 24,05 % år 1995. Framfarten har gjort att det även finns flera kvinnor idag som studerar t.ex. teknik. Inom politiken i den nationella folkkongressen har det inte framskridit med samma mått. Endast en tillväxt på ca 10 % har skett från mitten av 1900-talet tills idag. Trots de små framstegen så hade kvinnorna år 2000 i de kinesiska städerna bara 70 % av mannens lön, och om man såg på arbetslösheten så var den högre bland kvinnor. Kvinnorna på landsbygden flyttar in mot städerna för att få jobb och utvecklas. (Xiaoling 1998.)



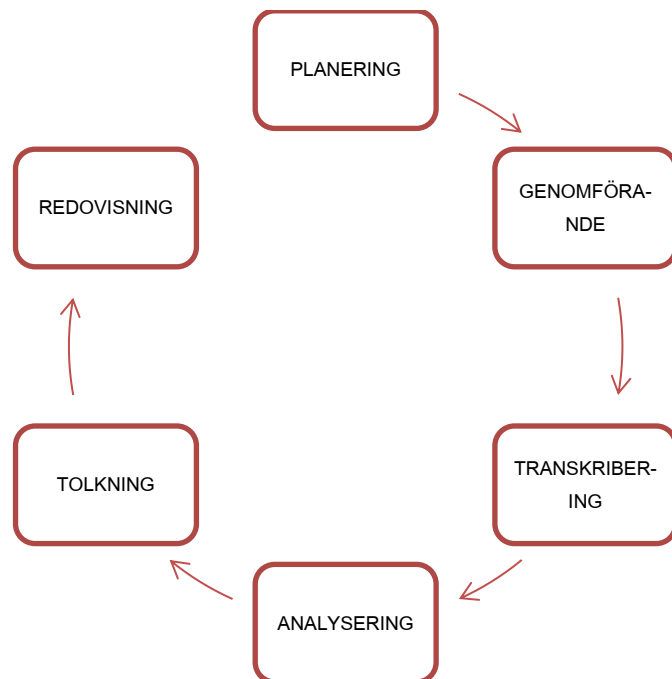
FIGUR 5. Deltagande i arbetet, kön, land och år (omarbetad OECD 2013.)

I figuren ovan (FIGUR 5) kan man se hur könsfördelningen i deltagandet i arbetslivet varit i Kina och i Finland år 2000 och 2012. I statistiken finns människor mellan 15 och 64 år. Som man ser finns det inga avsevärda skillnader mellan åren och länderna. I båda länderna ser man att kvinnan generellt är mindre ute i arbetslivet i jämförelse med män och det tidigare året. (OECD 2013.)

Trots att siffrorna visar att det inte är helt jämställt mellan könen i Kina och att det fortfarande finns en åsikt om att kvinnor inte ska vara ute i arbetslivet, så finns det många kvinnor i Kina som lyckats alldeles utmärkt i arbetslivet. Om man ser på världens kvinnliga miljardärer som lyckats ta sig dit själva ungefär 50 % som är kineser och antalet kvinnor i ledande positioner i kinesiska företag har ökat avsevärt de senaste tio åren. Den genomsnittliga procenten i världen för andelen kvinnor i börsnoterade bolags styrelser är 17 %. Denna siffra är i Kina 21 % idag. Alla dessa siffror visar att samhället börjat tro på kvinnans förmågor kompetensmässigt och som ledare. (Easton 2015 & Dan 2014.)

5 UNDERSÖKNINGSPLAN

Undersökningsplanen var att genom en lämplig undersökningsmetod få fram användbar information och perspektiv på forskningsfrågan. Den mest lämpliga undersökningsmetoden diskuteras i detta kapitel och tydliggörs närmre, samt vilken information man kan få fram med den valda metoden. Som användbar information har räknats de personliga uppfattningarna, upplevelserna och synvinklarna som respondenterna i undersökningen har fått av sina besök i Kina. Planen var att hitta minst sex personer för att intervjuas i undersökningen som skedde hösten 2014 och våren 2015. Som undersökningsmetod har valts intervjuer. Orsaken till valet är främst att man får uppfattningar och upplevelser av enskilda personer med deras egna ord i jämförelse med kvantitativ undersökning där formuleringarna ofta är gjorda på förhand. En annan positiv sak med intervjuer är att man enkelt kan ge följdfrågor direkt ifall man tror att det finns mer att berätta.



FIGUR 6. Min undersökningsplan

Min plan var tidskrävande men simpel, som man ser i figuren (FIGUR 6) Planering kom först så att inget skulle missas. Man skulle planera så att man får de svar man ville ha. Sen genomfördes operationen på det sättet man planerat, i detta fall

en intervju. Efter intervjun transkriberades allt data man fått in genom intervjuerna. Det är ett tidskrävande och noggrant men nödvändigt arbete. Efter transkribering analyserades materialet och om det fanns svar som var mera framträdande än andra och vilka svar som inte var så beskrivande. Sedan tolkades vad man fick ut av analysen. Finns det något som svarat på forskningsfrågan? Till sist redovisades resultatet i detta fall i form av ett examensarbete. Resultatet redovisades så att teoridelen och undersökningsdelen går hand i hand så att man enkelt kan jämföra.

Efter intervjun sker genomgång av det införskaffade materialet. Materialet renskrivs på papper, tolkas vidare och analyseras. Vid tolkningen har tagits fram sådant material som svarat på forskningsfrågan och understrukits. Nästa steg är att den viktiga informationen som tagits fram omformuleras till examensarbetet eller att man citerar intervjupersonen i fråga genom att använda direkta citat i examensarbetet. Man tolkar svaren och reflekterade över ifall det finns sanningar i teorin eller ifall man kan slå hål på myterna. (Alvesson 2011.)

5.1 Forskningsmetoder

Inom forskning kan man välja mellan två forskningsmetoder: den kvalitativa och kvantitativa metoden. Dessa kan man skilja åt på olika sätt genom t.ex. genom hur de utförs eller vilket problem man väljer att forska i. Den kvantitativa undersökningsmetoden används ofta när man vill att undersökningen ska visa slumpmässiga stickprov. Frågorna ställs ofta ganska slutna, d.v.s. med färdiga svar via blankett, e-post eller telefon. En lämplig sådan forskningsfråga skulle kunna vara: Hur många procent av eleverna tycker om ost? Eller från en skala på ett till fem, hur nöjda är kunderna? Det handlar ofta om antal och procenter och svaren kan man presentera t.ex. i form av diagram. (Svenningsson, Lövheim, & Bergqvist 65-68, 2011.)

I den kvalitativa undersökningsmetoden väljer man ofta ut personer som man forska i, till exempel via en intervju eller observation. Man kan ha väldigt öppna frågor eller temainriktade frågor, för att styra intervjun för att få de svar man söker. När man vill att undersökningen ska ge nyanserade svar med plats för personliga upp-

fattningar är denna metod rätt. För att få det svar man söker måste man avgränsa området tillräckligt och försöka komma till problemet från en viss synvinkel. (Alvesson 2011.)

5.2 Kvalitativ undersökningsmetod och intervjuer

Den kvalitativa undersökningsmetoden handlar om att man samlar in information via intervjuer med personer som önskas ha någon sort av information om forskningsfrågan som ställs (Alvesson 2011, 66-68). Informationen kan fås av intervjupersonerna genom på olika vis strukturerade eller icke-strukturerade öppna intervjuer; från helt öppen intervju till helt strukturerad intervju. Det som avgör ifall en intervju är öppen eller strukturerad är hur frågorna ställs, alltså hur öppna frågorna är. (Lantz 2013, 136 – 138.).

Syftet med intervjun och valet av intervjupersoner går hand i hand. Ifall man vill undersöka ett fenomen är det en självklarhet att man intervjuar någon som har information om fenomenet, alltså hen måste vara lämplig för undersökningen. Såklart borde man också precisera sig lite så att ämnet inte är alltför bredd eller smalt både syftesmässigt och gällande val av intervjupersoner. Vidare är det också viktigt att man har en variation på intervjupersonerna, så att man får en heltäckande bild av alla svaren om forskningsproblemet. En intervju har ofta tre delar: en början, en mittendel och ett slut. I början av intervjun försöker intervjuaren värma upp intervjupersonen med enkla frågor och man kanske berättar lite om syftet med intervjun. I mittendelen tas de viktigaste frågorna fram och i slutet avrundas intervjun så att den avslutas väl. (Alvesson 2011, 58-65.)

I examensarbetet har man valt att använda sig av den kvalitativa undersökningsmetoden. Man kunde säga att man använde sig av en öppen/halvt strukturerad temaintervju. Man har tagit frågorna från teoridelen av arbetet för att kunna jämföra teori och hur de intervjuade upplevde affärskulturen i Kina. Orsaken till att man valt denna metod är också att man inte vet vilka svar man kommer att få och därmed kan styra intervjun under dess gång. Eftersom intervjupersonerna, som var till antalet fem, var från olika företag och hade besökt olika ställen i Kina så

finns det mycket variation i svaren, vilket är bra då man på så sätt får en bred syn på saken.

Den kvalitativa undersökningsmetoden är väldigt användbar då man under processen kan ändra på frågor, improvisera och mellan varven tänka till. Det som kan anses negativt med metoden är att det är lätt hänt att man avviker för mycket från frågorna och man kommer ifrån sin problemställning. Vilket gör att ödslar mycket tid på sådant som man inte behöver till undersökningen. (Alvesson 2011.)

5.3. Perspektiv inom den kvalitativa undersökningen

Inom en undersökning kan man se forskningsproblemen genom olika perspektiv. Vilket perspektiv man tycker lämpar sig bäst kanske beror på syftet och målet med undersökning.

Det realistiska perspektivet behandlar det tolkningsbara till något som *är som det är* och kan inte ändras fastän man forskar i det. Världens och vetenskapens frågor har således färdiga svar, samt att det alltid finns orsaker som ligger bakom ett beteende och det är forskaren som ska hitta svaren och tydliggöra dem. Fenomenologiska perspektivet, till skillnad från det tidigare nämnda perspektivet, innebär att man försöker ta reda på vilket sätt något framställs på. Man talar nu inte om hur något är i verkligheten utan man vill veta hur något upplevs för någon eller något. Konstruktivistiska perspektivet, betyder att man ser på verkligheten som konstruktioner. Dessa konstruktioner är inte stabila, alltså konstruktionerna är inte fasta utan man kan forska i dem för att få fram nya konstruktioner och verkligheter. (Justesen & Mik-Meyer 2010.)

I examensarbetet används det realistiska perspektivet för att syftet och resultatet av undersökningen ska ge svar på hur det i verkligheten ligger till, och att verkligheten inte ändras fastän det forskas i det. Svaren ändras men själva fenomenet är stadigt. Såklart kunde man tänka sig att det finns sådant vi inte kan veta, alltså sådant som är dolt från oss, men det betyder inte att det inte finns. Intervjupersonernas upplevelser är riktiga, men hur författaren uppfattar och tolkar intervjuer-

sonernas svar kan också variera. Därför kan det tänkas vara bra att flera gånger gå igenom det insamlade materialet så att man får låta tolkningen ta sin tid.

5.4 Reliabilitet och validitet

Inom forskning, särskilt inom den kvalitativa forskningen, är det bra att bedöma ifall undersökningen och resultaten är pålitliga, med andra ord ifall informationen har reliabilitet och validitet. Validiteten hos en undersökning mäter om man ställt de rätta frågorna för att få de svaren man velat ha från början. Med andra ord mäts att man undersökt de rätta sakerna för sin forskningsfråga. Man kan ju inte fråga vad man tyckte om päron, när man vill veta vad någon tyckte om äpplen. Att informationen har reliabilitet betyder att undersökningen kan reproduceras och få samma resultat, alltså att den är tillförlitlig. Det betyder att man skulle kunna göra om en undersökning och den skulle ge samma svar. (Anderson 2010 & Kaisla 2012.)

Jag anser att undersökningen som gjorts i detta examensarbete kan bedömas att ha validitet. Man har fått svar på de saker man avsett att undersöka. I undersökningen ville man ta reda på hur en finländare blivit bemött, hur möten gått till och olika seder och bruk i Kina. Jag tycker jag har fått den reaktion jag önskat. Reliabiliteten däremot vid denna undersökning kan jag inte helt bedöma. Skulle man göra om undersökningen skulle man eventuellt få annorlunda svar åtminstone till en del, då affärskulturerna ändras och förstås människornas syn på saker ändras. Att mäta reliabiliteten i denna undersökning är krångligt på det viset att det finns så mycket annat som påverkar vilken sort av information som intervjupersonerna ger och vad som tolkas och förstås av forskaren.

6 GENOMFÖRANDE OCH TOLKNING AV INTERVJUN

Att välja den som ska intervjuas kan vara både enkelt och svårt. Förhoppningen är förstås att få en så omfattande syn på forskningsfrågan som möjligt, så intervju-personerna måste ha informationen. En önskan var att få en könsfördelning som är jämställd, för att man vill få fram hur olika personer uppfattar kineser, och ifall könet hade någon skillnad för beteendet.

Idén var att medvetet välja personer som hade erfarenhet av affärer i Kina. Med det menas att de ska ha besökt landet i affärsrelaterade sammanhang. Det valdes ut tre kvinnor och två män. Intervjuerna skedde endera på intervjupersonens arbetsrum eller i något mötesrum eller så använde man sig av Skype-samtal. Alla samtal bandades in så att man inte skulle missa något senare vid analysen och tolkningen. Det frågades lov innan intervjun började ifall man fick använda bandspelaren och ifall man fick publicera innehållet i examensarbetet. Vissa personer använde sig av dialekt, vilket inte medförde några problem eftersom författaren själv använde sig av lite dialekt och tolkningen av materialet gick bra.

I tabellen på nästa sida (TABELL1) kan man se namn på intervjupersonerna och deras bakgrundsinformation. Efter tabellen presenteras intervjupersonerna lite närmare och efter det beskrivs resultatet av intervjuerna.

TABELL 1. Presentation av intervjupersonerna.

NAMN PÅ INTERVJUADE	BEFATTNING	ARBETSPLATS/FÖRETAG
Nina Nyman	Marknadsföringsdirektör	Oy Mirka Ab
Johanna Tidström	Olika ledarskapspositioner	Då Abb / nu Warack
Hannele Teir	Enhetsansvarig	Yrkeshögskolan Centria
Stefan Jungar	Ägare/grundare	Jungar Enterprise / ChineseTea
Mathias Nylund	Då projektanställd på svenskt företag	Idag Yrkeshögskolan Centria

Den första personen som intervjuades hösten 2014 var Nina Nyman som jobbar på Oy Mirka AB i Jeppo. Hennes befattning på Oy Mirka Ab var marknadsföringsdirektör och hon har åkt till Kina många gånger i affärsrelaterade sammanhang. Oy Mirka Ab tillverkar olika slippprodukter och dess tillbehör. Produkterna exporteras till Kina och Nina Nyman har ansvar för affärsutvecklingen och marknadsföringen. (Nyman 2014.)

Nästa person som intervjuades var Johanna Tidström som jobbade på Abb i Vasa på den tiden då hon besökte Kina. Abb Strömberg har funnits i över 125 år och är ett stort internationellt företag. Tidström har vid ABB haft flera olika ledarskapspositioner, bland annat som Global supply manager. Hon har i Kina medverkat i interna team som bland annat ledare över teamen. (Tidström 2014.)

Den tredje personen att bli intervjuad var Hannele Teir. Hon jobbar som enhetsansvarig på Centria Yrkeshögskola. Hon har besökt Kina ett tiotal gånger och har både studerat och skrivit en avhandling om den kinesiska affärskulturen. Hon var en av de första som skolades för ett projekt inom den kinesiska affärskulturen och besökte Kina redan 1995. (Teir 2015.)

Den fjärde personen som intervjuades var Stefan Jungar som är ägare av företaget Jungar Enterprise som säljer teet Chinesetea och tillhörande glastermosar. Företaget är ett relativt nytt företag i neiden. Företaget har endast hunnit verka i två år. Före grundandet av företaget har Stefan Jungar både studerat i Kina flera år och rest runt i Kina i jobbet tecken. (Jungar 2015.)

Den femte och sista intervjupersonen är Mathias Nylund. Han jobbar just nu på Centria Yrkehögskola i Jakobstad där intervjun skedde våren 2015. Mathias har jobbat på ett företag i Sverige som tillverkat projektordukar. Företaget byggde en fabrik i Kina och Nylund blev den som jobbade på platsen i Kina. (Nylund 2015.)

6.1 I begynnelsen av mötet med kineserna

De intervjuade blev frågade ifall de gjort någon sort av förarbete inför sitt eller sina möten i Kina, som till exempel studier om företagskulturen, seder och bruk. De flesta hade läst på innan det första besöket på något sätt. Endera hade de lärt sig genom åren genom att ha haft affärsrelationer med kineser eller också på någon tidigare kurs. Tidström (2014) hade gått en kurs som ordnades under hennes skoltid.

Jag har under studietiden, så hade jag faktiskt gått en kurs "doing business i China" såå, jag som intresserad och så. Kultur och internationell. Så på he sätte så hade jag en bakgrund. Så no före jag har vari dit så. (Tidström 2014.)

Ja har jobba med kineser över tjugo år, eller ganska exakt tjugo år och jag har båda studera dethär asiatiska kultur i en avhandling licensiatavhandling, sen har jag jobba med kineser nu över tjugo år och så studera faktiskt ganska mycket...Jag var en av de första som skolades för detdär i ett projekt att att liksom. (Teir 2015.)

...sen så använde man sig av svenska exportrådet, va som gäller i byråkratisaker och sånt. De sku va ganska svårt att att börja rot i själv. (Nylund 2015.)



FIGUR 7. Intervjupersonernas förkunskaper

I figuren ovan (FIGUR 7) finns intervjupersonernas olika kunskaper de haft innan och i sina möten i Kina. Vissa av intervjupersonerna hade läst på innan sina möten t.ex. gått en kurs, medan vissa studerat i Kina. Flera hade haft någon sort av affärsrelation med ett kinesiskt företag eller själv jobbat i ett och där via fått erfarenhet. Hjälpen hade någon också fått av ett exportråd.

De som blev intervjuade fick svara på ifall de stött på några problem i början av samarbetet. De flesta kom inte på något speciellt som skulle kunna tolkas som problem. Jungar (2015) menar att han haft tur med att hitta affärspartners i Kina. Om det är tur eller om han lärt känna bra typer via sina studier det vet man inte. Nylund (2015) tyckte att det fanns lite byråkratiska problem i Kina då företaget han jobbade för var helt utländskt ägt.

Janå de va ju int bara i början problem, utan från början ti slut, egentligen. ... Mest stora problem med finansiering därför att Kina åtminstone då nu hade precis vari att man har börja kunna ha företag som är helt o hållet utländsk ägd, men ganska så strikt användning av kapital, att man int kunna, att man int kunna som ta in pengar utan att bara att berätt va man sku göra med dem. (Nylund 2015.)

Alltså, va ska ja säg, i business generellt så har man ju alltid utmaningar, så. Men nå specifikt som sko kuna vara relatera till dehär arbete så som jag har haft på grund av att de har vari i Kina så kommer jag int på såhär på rak arm. Så visst så såklart de finns myki kulturell grejer när de gäller kommunikation och ledarskap. (Tidström 2014.)

Ja har råka på bra människor och den fabriken där jag haft glastermosen ifrån har fungera väldigt bra, och det är tydligen int så vanligt ja, att de går så, så smärtfritt. Så jaa, så jag har haft ganska turat etablera. (Jungar 2015.)

Att man läst på innan om affärskulturen och ifall man haft problem i början kan man inte se något klart samband mellan, Jungar (2015) hade gått i skola i Kina och lärt känna människor på det sättet. Problem kan bero på olika saker, och det kan vara väldigt svårt att på förhand förutse vilka utmaningar man kommer att ha. Att Nylund (2015) haft problem med finansiering kanske man kunde ha förberett sig på genom att undersöka situationen mera om hur det ligger till med finansiering i Kina. Tidström (2014) nämner att det alltid finns utmaningar i affärsvärlden, men en utmaning behöver såklart inte betyda att det är problematiskt.

6.2 Seder och bruk

De som blev intervjuade frågades om detaljrika konkreta saker och upplevelser angående deras besök i Kina, som till exempel om hur möten gick till och hur man gjorde med gåvor. Med andra ord om olika seder och bruk. Till först reflekterade intervjupersonerna kring gåvor och ifall de gavs alls. De flesta var bekanta med att man gav gåvor i Kina trots att det tydligen håller på att ändras. Förutom vid de första mötena var det kinesiska nyåret ett tillfälle då gåvor gav, och det skulle vara lyxbetonat menar Jungar (2015). Teir (2015) mindes mycket väl tankegångarna innan sina besök i Kina och gåvorna.

...Måste jag alltid fundera att va ska jag ta för gåvor och ännu på flygfältet så köper jag massor med gåvor, sen alltid då jag kommer hem så har ingenting kvar så att...

...liksom vid business möte så måst man liksom som fundera hur många människor måne de vara där och har vi nu gåvor till allihopa. (Teir 2015.)

Då de kom till kinesiska nyåret, så har dom köpt såndär lyxpennor som som sprider runt åt alla och de e nog lyxinriktat, lyxprodukter de e nog därför de går så bra me lyx i Kina, de e status och och de nog just inom företagsvärlden så de nog väldigt viktigt med såndära gåvor.(Jungar 2015)

Tidström (2014) nämnde att det nog inte gavs gåvor där hon jobbade, och menar att det kan mycket väl vara på grund av att hon mest jobbade internt inom Abb i Kina. Det verkar som att gåvor gavs oftast ifall det var nya personer man skulle ha möten med. Nyman (2014) nämnde att hon alltid fick te i gåva.

Luncher och middagar verkade vara något som planerades väl i Kina tyckte flera av intervjupersonerna. Vidare nämndes att det är viktigt med sittordning, och att kineserna nog visade åt en var man skulle sitta. Jungar (2015) påpekade att skillnaden mellan affärslivet och fritiden inte var lika påtaglig i Kina som den är i Finland.

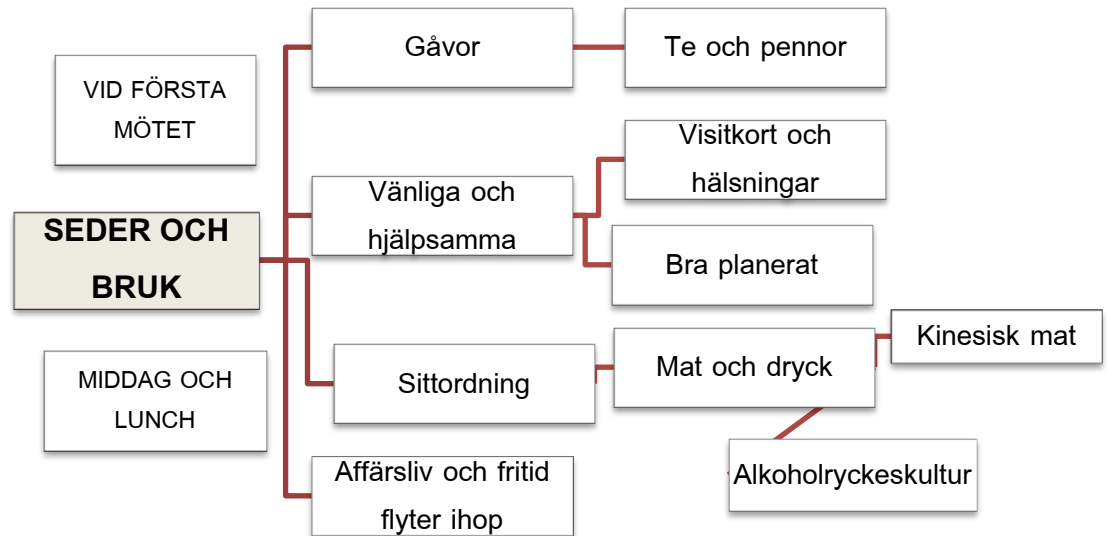
...allt var så bra ordnat, di kom emot och hämta en och di kom liksom personligen med chauffören och all mat och arrangemang var tipp topp. En sån sak som middagar, där så märker man ju att man var man ska sitt kring borde, de visar de ju. De beror på vilken ställning man har och he som speciellt att ha ansiktet mot dörren och vart värden ska sitt och så. Så saker så e ju viktigt. (Tidström 2014.)

Den där gränsen som finns mellan jobb och vanlig liv den är ju i Finland väldigt påtaglig, men där så flyter den väldigt ihop, de e nog sådär att man bör veta. Om man har nån viktigt kund så veta vad den där kontaktpersonens barns födelsedagar och sen. (Jungar 2015)

Nymans (2014) kommentar tyder på att affärsmiddagar i Kina kan bli lite pinsamma ifall man inte gillar kinesisk mat. Då de bjuder på de bästa bitarna av kycklingbitar och så hela ben.

...kineserna är ett väldigt vänligt folk och de är väldigt måna om att gästerna alltid ska få mest mat och de bästa bitarna och, sen då att jag inte gillar kinesisk mat i Kina är ju en annan sak...

...också tar de in det som är deras bästa: hela fiskar, grishudsalad, soppor som de simmar saker i... (Nyman 2014.)



FIGUR 8. Seder och bruk.

I figuren (FIGUR 8) har man delat upp olika typiska saker för olika företeelser som kan hända medan man är på affärsbesök i Kina. Alla som haft något att göra med kineser nämner att kineserna är väldigt vänliga och hjälpsamma. Kineserna vill att man ska trivas när man kommer på besök och behandlar en nästan som en kunglighet. Man behöver inte inför sina besök oroa sig över vem som kommer och hämtar en till hotellet och vad man ska äta på luncher och middagar. När man väl satt sin fot innanför företagets dörrar är det bra att man vet vem som är chefen, och man byter visitkort och hälsar. Det är bra att man har gåvor till alla, och som Teir (2015) nämnde kan det vara svårt att veta hur många människor man kommer att träffa under dagen. Under luncher och middagar kan man förvänta sig att kineserna bjuder på sina bästa rätter, enligt kineserna själva. Kinesernas matkultur

är lite annorlunda än finländarnas matkultur och man har inte ett likadant bordskick, d.v.s. det är okej att rapa och spotta när man sitter kring bordet.

6.3 Företagskulturen

Grupptillhörigheten är enligt Hannele Teir (2015) en gemensam nämnare för kinesiska affärspersoner, och att det handlar om ett kollektivt tänkande. Jungar (2015) däremot menar att han inte märkte sådant, snarare tvärtom. I skolan där han gick var eleverna mycket prestationsinriktade, menar han.

Joo alltså, man dedär, sen är det förstås att kineser tänker väldigt kollektivt att di tänker som grupp, gruppens bästa då så att säga... Och västerlänningar är mera sånahära individmänniskor och de märks nog, liksom och de klart att de finns lika själviska människor där också. (Teir 2015.)

Nää ja sko nog säga di e rätt så prestationsinriktade i Kina o, kanske till och med mer än här. Det börjar ju väldigt tidigt, i skolan så e di ju väldigt prestationsinriktade. (Jungar 2015.)

Man kan tänka sig att grupptillhörigheten kanske inte märks lika tydligt idag som förr och att det inom internationella företag också handlar mycket om prestation.

Den kinesiska hierarkin togs upp under intervjuerna. De flesta höll med om att det nog finns en kinesisk hierarki, men det behöver inte alls betyda att den som är högst uppe i den hierarkiska på toppen på den hierarkiska triangeln är äldst eller av manligt kön. När Tidström (2015) jobbade på ABB i Kina var det hon som var chef för sitt team. Hon menar också att där på den avdelningen hon jobbade var det nog kompetensen och personligheten som avgjorde.

...mitt fall var vad det jag som var chefen och jag var kvinna och i princip yngst. Där så håller ju int logiken att de han som e äldst som e chef... (Tidström 2014.)

Teir (2015) menar också att chefs uppgift är mycket mera än att ge order åt de som är under i den hierarkiska triangeln, utan att det också handlar om att den

som är högst uppe har något faderligt över sig, som sträcker sig bakåt i den kinesiska historien till läran om konfucianismen.

... liksom och den har också chefen och samma som med kejsaren har den rollen att den är som en far för den här gruppen, de kommer tydligt fram att den som är chef måste ta hand om om di som e under på allt sätt liksom. Att de gäller inte bara dedär jobbet... (Teir 2015.)

Det verkar som att det finns några få glimtar av den forna hierarkiska triangeln i Kina. Det kan tänkas att mer traditionella företag håller fast i traditionerna mer än internationella där kompetensen är mycket viktigare. Det som nämndes var att man nog märkte av vem som var chef, och det var honom man skulle lyssna på.

Nästa fråga handlade om begreppet ansiktet och om intervjupersonerna kände till begreppet och kanske till och med hade någon sort av erfarenhet av en sådan situation i Kina. Jungar (2015) hade kanske med hjälp av sin kinesiska kollega och tolk lyckats undgå en sådan situation där han kunnat tappa ansikte och han menar också att kineserna själva pratar om att tappa ansiktet sinsemellan. I situationen nedan är det svårt att säga vad som skulle ha skett ifall Jungar uttryckt den dåliga siffran, och om kanske kvinnan skulle ha tagit illa vid sig.

Jaa, de märktes nog, alldeles korrekt. Nu vet, jag vet inte om jag sett de själv, men men, även dom snacka ju om de själva, att att de e på de sättet faktiskt och de stämmer nog helt... Ett exempel, då vi va o förhandla om priser så, på te. Då ville dendär gumman ha då tvåhundraåttio yuan, för ett halv kilo te. Så föreslog jag då att tvåhundra femti, men så då sa min vän då åt mej att "nej nej nej, tvåhundra femti, de går som int", tvåhundra femti e en dålig siffra. (Jungar 2015.)

Nylund (2015) berättade att han med flit gjorde otypiska saker som att komma till ett möte i en oanständig bil.

Ja har ju gjort sånt som en kines aldrig sku göra... Som att dyka upp till ett möte med extremt uslig bil, de sku en kinesisk VD aldrig göra, di sku hyr en bil åt de för en dag fö he liti pompa å stå tär... ja kuna koma me na retu skåpbilar, har gjort e men jag uppfatta int att ja tappa ansikte fastän ja bleiv kanske "bortgjord"... (Nylund 2015.)

Affärskulturen i Kina verkar enligt intervjupersonerna ha utvecklats från att ha varit väldigt traditionell till att idag vara ganska öppen för nya synsätt. Såklart kan man fortfarande i vissa företag se tydligt vem som är chef och hur de anställda behandlar sin chef. Begreppet att tappa ansiktet verkar vara något som alla intervjupersonerna hört om eller åtminstone stött på i någon mån. Ingen verkade ha tappat ansiktet i sin direkta mening, men det kan också bero på att man inte kommer från den kulturen så att man inte har den möjligheten heller på samma sätt som kinesen har.

6.4 Möteskulturen

Möteskulturen togs upp i nästa fråga. Det verkade finnas olika synpunkter och synvinklar på möten i Kina. Nyman (2014) hade inte en så positiv upplevelse från mötena då de tydligen gick på kinesiska och var tidskrävande. Teir (2015) som deltagit i flera möten hade det helt klart hur möten i Kina gick till och varför man kan använda sig av en tolk trots att de flesta kunde engelska.

Jaa alltså möten i Kina är ju en, är ju fruktansvärd att ta sig igenom, för det första så tar di ju som hundra år och för det andra så går de på kinesiska så vi förstår ju ingenting heller nånting av di här mötena. Ähm så att de beror ju på såklart va du har för möten. (Nyman 2014.)

När de gäller tolk så är det intressant för att jag har mycket kinesiska, vi ska säga kolleger, som pratar helt bra engelska. Så jag behöver nog ingen tolk, men det här nästan alltid ännu i officiella sammanhang så finns det en tolk och den här som tolkar även den personen som berättar det här kanske på kinesiska kan riktigt bra engelska, de också ett sätt kanske, ja har fundera mycket varför de ska vara sådär, jag vet inte, men så e de många människor som har hört det här att så di använde ofta tolk, ibland är det också kanske då också för att vinna tid. Har man tolk har man mera tid att fundera så de används väldigt ofta, även om människorna kan det där språket. (Teir 2015.)

Det verkar vara stor skillnad på hur möten gick till och det kan förstås hända att det beror på med vem mötet hölls och vad mötet handlade om. Nyman (2014)

menar att mötena var tidskrävande. Det kan ha sina orsaker, kanske kineserna inte vill hoppa direkt till slutresultatet utan vill känna på lite före och lära känna sin affärspartner? Samma sak kunde man säga om användningen av tolk, alltså att det görs för att skapa tid. Fastän båda parterna kunnat språket har tolk använts, vilket också kan vara bra ifall man inte känner den andra kulturen bra. Tolken kan säga sådant som man inte vanliga fall kanske inte hade förstått.

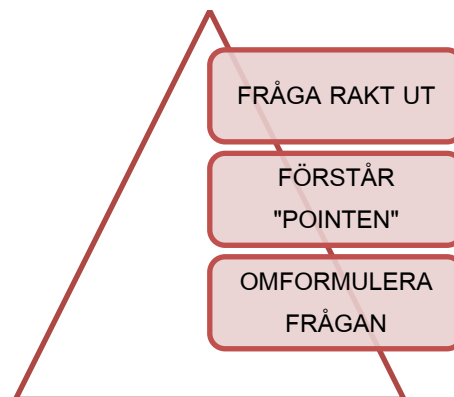
Nästa fråga handlade om ordet nej och hur det hanteras i den kinesiska kulturen. Intervjupersonerna hade olika syn på den saken och hur de själva hanterade den. Jungar (2015) som studerat i Kina hade också andra erfarenheter än från affärssammanhang, eftersom han också studerat många år i Kina. Tidström (2014) menade att hon kört sitt eget race och anser att det är kineserna som inte kan säga nej direkt, medan hon som är utlänning inte behöver försöka undvika att säga ordet i rädsla av att till exempel såra någon, eftersom kineserna vet att en utlänning inte förväntas bete sig på samma sätt.

Ganska myki om, på en lektion jag vet int, vet jag int om de märks direkt, inga konkreta exempel men, men de just om man säger som att om jag e kines där och jag har en som sku vila låna pengar av mig, så istället för att säg nej för att låna ut så, kan han ha bortförklaringar, och den människan som frågar vet ju de också att ja kommer med en bortförklaring, han fatta "pointen". De e väl nog så att de e nog att ifall nån ber om tjänst av någon så säger man aldrig nej, utan dom kommer med nå bortförklaringar. Alla inblandade vet vad de handlar om. (Jungar 2015.)

Alltså, ja tänkt aldrig på de att ja som sko undvik nej. Ääh, dethär min approach, min personliga approach när jag jobbar globalt och och när man e på ett internationellt företag så e nog di som e anställda vana med internationell businesskultur, så då säger man nog liksom nej och och när när man när man behöver säga och dethär. Det är väl mera från deras sida att int di kan säg nej... Men att från deras sida var e mera så att int di kona säg nej. Om man fråga opp och fråga liksom fem gånger och ändå så sa de bara "-jo", men, "-menar du på riktigt det här". (Tidström 2015.)

Man kan säga att det handlar om att vara snäll genom att inte rakt ut säga nej. Intervjupersonerna hade märkt att de blivit tvungna att fråga sin fråga på ett annat

sätt för att få ett riktigt svar istället för ett svar som inte direkt klargjorde det egentliga svaret till frågan som ställdes.



FIGUR 9. Hur få svar på sin fråga.

Ifall man har en fråga och fått ett svar från en kines som man inte riktigt förstår, så kan man tänka sig att det finns som i figuren ovan (FIGUR 9) olika sätt att tackla problemet. Ett är att fråga rakt ut, men då kan kanske man råkar ut för att personen tappar ansiktet eller att man gör det själv. Ett annat sätt är att förstå vad personen menar, om man har en liten aning, kanske man kan fråga någon som vet. Det tredje alternativet är att omformulera frågan.

6.5 Könrelaterade frågor

Nästa del av intervjun behandlade könrelaterade frågor, såsom hur könsfördelningen var och ifall de intervjuade observerat kvinnliga ledare eller medarbetare. Det var intressant att se att svaren till frågorna var väldigt olika.

Den första frågan kring de könrelaterade frågorna var om man råkat på kvinnor i företagen. Nina Nyman (2014) på Mirka hade inte stött på damer i något mötesrum. Johanna Tidström (2014) däremot hade mött på flera, både i ledande positioner och utanför.

Nee, hmm nää de fanns, där var jag har rört mig så har de vari sekreterare som har vari damer eller fabriksarbetare som har vari damer.

Men ja har aldrig sitt i ett mötesrum nå... Åtminstone i vår industri så e de ju nog väldigt mansdominerat. (Nyman 2014.)

Fler kvinnor som har ledande positioner och och det här de e väl lite så som di har såndär kommunistisk bakgrund också de. Kvinnorna jobbar också och det här de int att man har nå långa mammaledigheter eller nå sådant vet du att. De va nog välutbildat folk, så det här i de flesta fabriker så va de nog fler kvinnliga fabrikschefer än va vi till exempel har i Finland. (Tidström 2014.)

Jaa jaa nog ganska högt uppsatta positioner fanns de där. De e nog ganska liknande som här, nog e de ju samma här också. De finns ju kvinnliga här och där och. Rätt så ganska likadant så. (Jungar 2015.)

Njae, ekonomiskt sätt så e väl Kina ganska jämställt. Av di leverantöre vi hadd så hadd, ja int tänkt ele räkna men nog hadd ja ganska ofta möten me kvinnor. (Nylund 2015.)

Svaren tyder på att situationen är helt beroende på vem man frågar och vilket företag personen har varit i kontakt med. Så man kunde säga att situationen kanske inte är så annorlunda i jämförelse med Finland. Man drar den slutsatsen ifrån att både Nyman (2014) och Tidström (2014) arbetade i en mansdominerad bransch. Nyman (2014) har inte stött på kvinnliga personer i ledarroller medan Tidström har gjort det.

Intervjupersonerna märkte ingen större skillnad i beteenden kring hur de behandlades eller hur de kinesiska kvinnorna behandlades. Nyman (2014) säger att hon tyckte hon blev bra bemött och att hon tror att kineserna uppskattade en dam i sällskapet, då hon jobbade i en väldigt mansdominerad bransch. Sen hade Tidström (2014) en upplevelse om alkoholdryckeskulturen, vilket påvisar att kvinno- och mansrollen fortfarande är åtskilda.

Det här, kvinnor drack ofta int alkohol och dethär. Och di var di var ofta liksom som väldigt förvånade att om en kvinna sko som drick na alkohol eller liksom att di här de va en sak di... manlig, de finns väl som en mer utvecklad manlig dryckeskultur där sko jag säg. (Tidström 2014.)

Jaa alltså, ja blir alltid behandla väldigt bra, de e ju som ja tror de tycker att de väldigt roligt att ha nångång en dam i sällskapet. (Nyman 2014.)

De så annorlunda på västerlänningar där så att... Joo blir nog behandla som en västerlänning. (Jungar 2015)

Jungars (2015) kommentar visar att det kan vara svårt att avgöra ifall man blev annorlunda bemött eller behandlad bara för att man tillhör ett annat kön eller för att man är utlänning. Att vara utlänning i ett annat land kan ju också påverka hur man blir bemött.

6.6 Egna kommentarer

Som avslutning frågades det ifall intervjupersonerna hade egna kommentarer eller bara allmänna synpunkter kring affärskulturen i Kina. De flesta hade flera kommentarer eller något som de ännu ville tillägga och hade något positivt att säga om Kina.

Kina e nog en upplevelse, Kina bör upplevas. (Nyman 2014.)

Med kinesisk businesskultur är ju väldigt liksom utvecklat, he va no en en just från min första resa som kanske lämna mest i minne, att ja hade nån sån här negativ uppfattning mot produktion i Kina sånahän "made in china", - att sko vara liksom dålig kvalitet och och dethär och att di hadd svårt att få nånting gjort och dethär. Och sen så när man väl vad där så, så blev man total överbevisa, att di hadd superfina fabriker, produktionen var med väldigt fina maskiner, nya väldigt automatiserade, he va int liksom att he en massa manuellt arbete av stor hög av kineser utan he va som he nybyggda fabriker som e liksom bättre än än fabrikerna vi har här. Och sen om he behövs manuell arbetskraft så så finns de tillgängligt och de finns myki av de. Så att he va liksom sånhär att första upplevelsen att man fick sina egna sånahär klassiska fördomar krossade genast. (Tidström 2014.)

De egna kommentarerna påvisade att Kina nog lämnat en positiv känsla hos intervjupersonerna. Ingen nämnde något negativt om Kina och deras besök där. De

intervjuade hade kanske haft en förutfattad mening innan sina möten med kineserna, men som sen blåst bort när de senare besökt landet och lärt känna kulturen och människorna där. Några intervjupersoner verkade vara imponerade över hur utvecklat Kina ändå var, över hur fabrikena och produktionen fungerar.

Med de sista kommentarerna avslutades intervjuerna. I efterhand kan man säga att man fått ut det man velat. Svaren har varit nyanserade och det fanns många bra kommentarer.

6.7 Förslag till utveckling

I detta kapitel är syftet att redovisa svaren på forskningsfrågan och försöka få fram en idé om hur man kan utvecklas inom området. Med att utvecklas menas förslag på hur man kan förbereda och vad man kan tänka på inför mötet med Kina. Forskningsfrågan var att undersöka olika typiska affärsrelaterade företeelser i Kina, som hur möten går till och hur kvinnan blev behandlad.

Intervjuerna visar att det är bra att läsa på lite innan man för första gången åker till Kina. Det är inget måste, men kan underlätta en del. De vanligaste utmaningarna kunde man säga är att man har problem med kommunikationen då kineserna inte bara talar ett annat språk utan också kan mena annat än vad som sagts. Sen verkar byråkratiska saker vara något som man kunde ta reda på innan, kanske ta hjälp av något exportråd eller liknande. Användandet av ordet nej begränsas en del i den kinesiska affärskulturen. Att veta hur kineserna svarar på frågorna och hur man kan ställa frågor för att få sina svar kan vara bra att på förhand tänka på.

En annan sak som man kan göra ifall det finns tid och tillfälle är att lära känna de människor i Kina som man ska ha att göra med, så att man får ett brett nätverk med människor man kan lita på. På det viset kan man få nyttiga råd om hur man kan lyckas med olika saker, som till exempel att hitta en pålitlig affärspartner eller ifall man står inför en utmaning, så har man någon att fråga hjälp av. Man kunde tänka sig att ifall man råkar ut för problem i Kina och man är ganska ensam, d.v.s.

man inte har så brett nätverk där, så vet man kanske inte hur man ska slippa ur den problematiska situationen.

Kineserna fungerar väl i team, men är tydligen också väldigt prestationsinriktade. Om man tänker efter så det måste de vara om man ser på utvecklingen i landet de senaste årtiondena. Det som man läst om att Kina är en gruppkultur kanske menas med att man delar framgångarna bättre i Kina tillsammans med gruppen i jämförelse med Finländarna. Ifall en person i gruppen misslyckas, misslyckas hela gruppen, kanske det är därför ansiktet också är så viktigt, alltså för att man inte är ensam utan vill gruppens bästa. Att Kina är en gruppkultur kan också betyda att man där tar längre tid på sig att lära känna den nya gruppen som till exempel kan vara den nya affärspartner eller kunden, det är ett tecken på pålitlighet skulle jag säga.

Den företagshierarkiska triangeln i Kina kan man säga att är lite föråldrad, men tydliga tecken efter den syns fortfarande. Så det är bra att hålla reda på vem som är chef. Kanske det även är bra att veta i vilken ställning man själv är i jämförelse med chefen, beroende på hur stark den företagshierarkiska traditionen är på företaget ifråga. Chefen verkar också vara den som fattar de flesta besluten, så ifall man har något brådskande kunde man tänka på det, så att man går via någon som man vet kontaktar chefen snabbt. Sådana små konkreta saker som att inte avbryta när chefen talar eller att låta chefen sitta ner först vid middagsbordet är helt logiska.

Inför affärsmöten med företagen, ifall det är en ny partner eller kund kan det vara bra att köpa gåvor ifall man märker att gåvor kommer att utbytas. Det behöver inte vara något dyrt, något smått från flygplatsen duger också. Det vanligaste gåvorna man får från Kina är te och lyxpennor. Man kan vara förberedd på att bli väl bemött av kineserna när man anländer och det är vanligt att kineserna skickar en chaufför för att hämta en gäst på flygplatsen. Kineserna är oerhört vänliga och vill väldigt gärna lära känna en väl, både som affärsperson och privatperson då dessa två flyter ihop mycket där. Kanske man kunde ta med fotografier från sitt hemland eller av sin familj för att visa att man inte bara är en affärsperson utan också en person med personlighet och historia.

Man kan vara beredd på att saker är lite mer utdragna i Kina tidsmässigt, då möten tar längre tid och fastän möten tar en längre tid och kanske även avslutats med resultat, så kan ändringar fortfarande komma, även nästa dag. Att använda tolk i Kina på möten verkar vara något som händer, även fastän man förstår varandra, för att skapa mer tid mellan frågorna. Det är kanske upp till egna företaget i fråga att tänka efter ifall man behöver tolk och ifall man också behöver tolk för att skapa tid.

Är man en kvinna och på väg till Kina i affärssammanhang behöver man nog inte oroa sig för något. I historien har synen på kvinnan i Kina varit annorlunda. Ett exempel är att man tidigare gjorde abort ifall man väntade en flicka och att man hellre ville vara gravid och vänta en pojke. Ifall man som kvinna åker till Kina i affärsrelaterade sammanhang behöver man nog inte oroa sig för att bli behandlad annorlunda heller. Nu är Kina ett rätt så jämställt land där det också finns kvinnor i ledarpositioner och kvinnor som lyckats bli miljardärer helt själva. Kvinnorna behandlas nästan likadant som män, men det verkar finnas avvikelser i till exempel i dryckeskulturerna då kvinnor inte förväntas dricka alkohol, vilket kan vara bra att tänka på när man kommer från Finland där kvinnor nästan dricker lika mycket som män. Såklart kan man inte förvänta sig att det är likadant överallt i Kina, precis som det inte är likadant på alla företag i Finland heller.

7 SAMMANFATTNING

Det började med en tanke efter att jag beställt en vara från Kina via nätet. Tänk om jag kunde göra affärer med kineser, men vad behöver man veta ifall man tänkt åka dit på besök, vad bör man tänka på? På det här sättet föddes idén till detta examensarbete och till mitt eventuella kommande egna företag i framtiden. Samtidigt har det funnits en fascination för Kina och kineserna, eftersom landet är långt borta, nästan ogripbart för mig.

Målet med examensarbetet var att undersöka hur man som ung kvinna, som skribenten själv, skulle bli bemött ifall man åker till Kina eller annars gör affärer med kineser och hur kvinnor bemöts i Kina. Arbetet beskrev också kvinnornas roll i allmänhet runtom i världen, både inom handeln och utanför. Källorna som används för detta arbete är förutom aktuella artiklar: böcker, internetkällor och intervjuer.

I arbetet undersöktes den kinesiska företags-, och affärskulturen. Examensarbetet beskriver hur historia och kultur hör ihop med dagens Kina. Det är känt att fastän Kina utvecklats enormt de senaste årtiondena så finns det fortfarande problem som bör åtgärdas. Den kinesiska affärshierarkin bör respekteras och examensarbetet beskriver hur man kan beakta den på möten. Vidare har examensarbetet informerat om hur möten går till och hur man kan förbereda sig på bästa sätt. Examensarbetet behandlar också kvinnans roll i Kina och hur man kan förbereda sig ifall man är kvinna. Fem temaintervjuer gav olika synvinklar av olika personer. Informationen som fått har man senare analyserat.

Undersökningen, d.v.s. intervjuerna, har gjorts med personer från Österbotten i Finland. Målet var sex stycken intervjuer och då helst med kvinnor. På grund av tidsbrist intervjuades även män. Intervjupersonerna hade alla besökt Kina och haft någon sort av affärsrelaterad relation med ett kinesiskt företag eller organisation. Intervjuerna med personerna har gett en bild av vilka seder och bruk inom affärskulturen som fortfarande riktiga och vilka är inte. Såklart finns det ett mellanting där svaret beror helt på vem man frågar. Det som mest stämde överens med teorin var kanske att intervjupersonerna nog märkte av vem som var chef i Kina. En annan sak som också stämde väl var begreppet ansiktet. Men med närmare efter-

tanke kunde man säga att man nog har det här i Finland också, bara att man kallar det för att göra bort sig.

Bara för att man som utlänning kommer till Kina kan man förvänta sig att bli bemött annorlunda. Det betyder inte att kineserna är diskriminerande på något sätt utan att kineserna verkar vara glada över besöket. Som finländare i Kina kanske man har mycket att berätta och förstås mycket att lära sig utav mötet. Respekt för varandra som människor, att man inte nedvärderar varandra och att man alltid vill att andra ska trivas verkar vara en viktig sak i Kina.

Den kinesiska kulturen kan inte förklaras med en mening utan den sträcker sig långt mot alla håll. Den viktigaste punkten enligt mig är att man borde vara tillräckligt öppen och tålmodig så att man kan förstå och uppskatta den andra kulturen, utan att mista något.

KÄLLOR

Alvesson, M. 2011. Intervjuer – Genomförande, tolkning och reflexivitet. Översatt av Sven-Erik Tornell. (Engelsk titel: Interpreting Interviews. 2011. London: Sage) Malmö: Liber.

Anderson, C. 2010. Presenting and Evaluating Qualitative Research. Www-dokument hämtat: http://www.medscape.com/viewarticle/731165_2 läst 7.5.2015

Beckman, C & Forsling, J. 2009. Från kulturkrockar till kulturmöten: Affärskommunikation över kulturgränser. Malmö. Liber.

Billner, A. 2013. Kina lättar på enbarnspolitiken. Österbottens Tidning. 15.11.2013.

BOFIT. 2013. BOFIT Kiina-tilastot. Www-dokument. Hämtat: <http://www.suomenpankki.fi/bofit/seuranta/kiinatilastot/Pages/default.aspx>. Ändrad 2013. Läst 30.11.2013.

Clinton H. 1995. Www-dokument med video. Hämtat: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/hillaryclintonbeijingspeech.htm> Läst 26.11.2014

Dan, H. 2014. Career women in China take charge. Www-dokument. hämtat: http://usa.chinadaily.com.cn/china/2014-03/24/content_17372123.htm. Uppdaterad 24.3.2014. Läst 7.5.2015

Easton, N. 2015. Why are so many women in China rich. Www-dokument. Hämtat: <http://fortune.com/2015/01/15/the-number-of-chinese-women-in-top-corporate-jobs-is-exploding/> Läst 7.5.2015.

Ekenstén-Möller, B. 2009. Kinesisk framfart. Helsingfors: Oy Litorale Ab.

Economist. 2011. Ten years of China in the WTO Shades of grey. Www-dokument. Hämtat: <http://www.economist.com/node/21541408> .Uppdaterad 2011. Läst 2.12.2013.

Gesteland, R. 2006. Guide till globala affärskulturer. Översatt av Tore Winqvist. Engelsk titel: Cross-cultural Business Behavior. 2005. Malmö. Liber.

Goh, A & Sullivan, M. 2011. US-Pacific Rim International, Inc. How to behave at a business meeting in China. Www-dokument Hämtat: <http://www.businessinsider.com/how-to-behave-at-a-business-meeting-in-china-2011-3>. Uppdaterad 2011. Läst 30.11.2013.

Hierarchystructure. 2013. Chinese Business Hierarchy. Www-dokument. Hämtat: <http://www.hierarchystructure.com/chinese-business-hierarchy/>. Uppdaterad 2013. Läst 30.11.2013.

Jungar 2015. Intervju med ägare 24.3.2015. Jungar Enterprise. Skype.

- Justesen, L & Mik-Meyer, N. 2010. Kvalitativa metoder – Från vetenskapsteori till praktik. Översatt av S, Andersson 2011. Lund: Studentlitteratur. (Dansk titel: Kvalitative metoder i organisations-og ledelsesstudier. Köpenhamn. 2010. Författarna och Hans Reitzels Forlag)
- Kaisla, J. 2012. Luotettavuus toimintatutkimuksessa. Www-dokument. Hämtat: http://jukkakaisla.fi/luotett_toimutk.pdf Läst 7.5.2015
- Kjellgren, B. 2009. Kina – Kultur & Tradition. Stockholm: Gleerups Utbildning Ab.
- Lagerkvist, J. 2007. Kina - i globaliseringens mitt. Stockholm: Bokförlaget DN.
- Landguiden. 2014. Www-dokument. Hämtat: <http://www.landguiden.se/Lander/Asien/Kina/Jordbruk-Fiske>. Uppdaterad 23.10.2014. Läst 6.5.2015.
- Lantz, A. 2013. Intervjumetodik. Tredje upplagan. Studentlitteratur: Lund.
- Lee, V. 2011. Understanding the Organizational Structure of Chinese Companies. Www-dokument. Hämtat: <http://www.dragonbn.com/articles/140>. Ändrad 2011. Läst 23.11.2013.
- Lodén, T. 2012. Kinas vägval: från himmelskt imperium till global stormakt. Stockholm: SNS förlag.
- Mihai, L. 2013. Do's and don't's for business meeting in china. Www-dokument. Hämtat: <https://www.global-lingo.com/9-dos-and-donts-for-business-meetings-in-china/>. Uppdaterad 2013. Läst 21.11.2013.
- Mack, L. 2013. Chinese Business – Chinese Business meeting etiquette. Www-dokument. Hämtat: <http://chineseculture.about.com/od/businesseconomy/a/Chinese-Customs-Meeting-People.htm> Läst 21.11.2013.
- Nylund 2015. Intervju med anställd 29.4.2015. Centria Yrkehögskola. Jakobstad
- Nyman 2014. Intervju med marknadsföringsdirektör 9.2014. Oy Mirka Ab. Jeppo
- OECD. 2013. Www-statistik. Labour force participation rate, by sex. Hämtat: <http://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=54741> Läst 18.03.2015.
- Pietarinen, S. 2010. Kiinalaiset liiketavat. Hämeenlinna: Talentum.
- Poropudas, T. 2012. Kyllä minua nolotti. Www-dokument. Hämtat: <http://www.taloussanomat.fi/kolumnit/2012/03/18/kylla-minua-nolotti/201225386/145> Läst 6.5.2015
- Russon, M-A.2014. The Last Survivors of Crippling Foot Binding Tradition. Www-dokument. Hämtat: <http://www.ibtimes.co.uk/china-photo-story-last-survivors-crippling-foot-binding-tradition-1451949> Läst 06.05.2015

Statista. 2015. Distribution of Chinese exports in 2014, by trade partner. Www-dokument. Hämtat <http://www.statista.com/statistics/270326/main-export-partners-for-china/> Läst 6.5.2015.

Svenningsson, M., Lövheim, M & Bergqvist, M. 2011. Att fånga nätet: kvalitativa metoder för Internetforskning. Lund. Studentlitteratur.

Svenska FN-förbundet. 2013. Kina. Www-dokument. Hämtat: <http://www.globalis.se/Laender/Kina> . Uppdaterad 31.10.2013. Läst 30.11.2013.

Sveriges Ambassad i Peking. 2012. Www-dokument. Hämtat: <http://www.swedenabroad.com/sv-SE/Ambassader/Peking/Landfakta/Om-Kina/>. Ändrad 2012. Läst 30.11.2013.

Teir, H. 2015. Intervju med enhetsansvarig 13.3.2015. Centria yrkeshögskola. Jakobstad.

Thorborg, M. 2014. Kvinnor i Kina- pirater, järnflickor och finanslejon. Stockholm: Atlantis

Tidström, J. 2014. Intervju med en anställd i olika ledarspositionspositioner vid Abb. 10.9.2014. Skype-samtal.

Utrikesdepartementet. 2008. Www-dokument. Hämtat: <http://www.regeringen.se/sb/d/3822>. Uppdaterad: 26.11.2013. Läst: 14.12.2013.

Xiaoling, Z.1998. The basic Characteristics of the Protection of Women's Human Rights in China. Www-dokument. Hämtat: <http://www.humanrights.cn/zt/situation/200402004101595350.html> Läst 26.11.2014

UNDERSÖKNINGSFRÅGOR

Bakgrundsfrågor

1. Vad heter du och i vilket företag arbetar du?
2. Vad gör företaget du jobbar i?
3. Vilken befattning har du, alltså vad jobbar du i huvudsak med?
4. Vilket förhållande har ert för företag med Kina?
5. Hur länge har ert partnerskap/samarbete med Kina hållit på?
6. Vilken uppgift har du i detta?
7. Vad är orsaken till samarbetet, varför Kina?
8. Undersökte/studera ni innan mötet med kina om t.ex. affärskulturen, seder och bruk? Var det till någon hjälp.
9. Vilka problem har ni stött på i början?
10. Vad har ni gjort i Kina mässor/möten m.m.

Seder och bruk

11. Hur anser du att ni blev bemötta i Kina?
12. Berätta några konkreta saker som till exempel, skakade ni hand, gavs det gåvor, med vilket namn blev ni kallade?

Företagskultur

13. Man kan säga att Kina hör till en gruppkultur (viktig med gruppdynamik osv) och Finland till prestationskultur (resultat viktigt) tycker ni att detta märktes på nått sätt?
14. Kinesisk hierarki, där den äldsta är ofta chefen: förklaras som en triangel med snävare topp, där högst upp sitter chefen som ska respekteras, tyckte du att detta märktes på nått sätt? På vilket sätt?
15. Begreppet "ansiktet" - som man ofta kan läsa om i skrifter som behandlar den kinesiska kulturen, handlar om att man kan ge, bevara ansiktet: (förklara vad det innebär) Märkte ni av detta på nått sätt?
16. Hade ni några situationer angående att tappa ansiktet? Berätta? Vad gjorde ni för att komma undan den svåra situationen?

Möteskultur

17. Har ni varit på möte i Kina Ja/Nej? Hur gick det till konkret, te.x. sittordning, vem pratade, använde ni tolk m.m.

18. I Kina enligt olika källor försöker man undvika ordet Nej, märkte ni av detta?
Vad gjorde ni ifall ni ville säga nej, vilken respons fick ni?

Könsrelaterade frågor

19. Hur ansåg ni att könsfördelningen var, möten, företaget m.m?

21. Ifall det fanns kvinnor med t.ex. mötet, märkte ni av skillnader i beteende.

20. Hur uppfattade du att du blev behandlad i jämförelse med dina manliga kollegor av kineserna?

21. Fanns det någon situation ni kände att ni inte hade kontroll över, där det blev lite pinsamt m.m?

22. I allmänhet vilka skillnader fanns det enligt ditt tycke mellan affärskulturerna.

23. Har du några egna kommentarer angående ert besök i Kina.