

Anna Ranta

KIINALAINEN LIIKETAPAKULTTUURI

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma
Joulukuu 2018**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Joulukuu 2018	Tekijä/tekijät Anna Ranta
Koulutusohjelma Liiketalous		
Työn nimi Kiinalainen liiketapakulttuuri		
Työn ohjaaja Sara Åhman		Sivumäärä 50 + 3
Työelämäohjaaja		
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kuvata kiinalaisen liiketapakulttuurin pääpiirteitä. Opinnäytetyöhöni kuuluu teoriaosa ja tutkimusosa. Teoriaosassa kerrotaan Kiinasta yleisesti. Työssä tarkastellaan Kiinaa maantieteellisesti ja pohditaan Kiinan tulevaisuuden haasteita. Lisäksi kerrotaan tarkemmin Kiinan uskonnoista ja siitä, miten uskonnot näkyvät kiinalaisessa kulttuurissa. Teoriaosuudessa tarkastellaan Kiinan taloudellisesta tilaa sekä Kiinan ja Suomen välisiä kauppasuhteita.</p> <p>Opinnäytetyössäni syvennytään Kiinan yritystapakulttuurin pääpiirteisiin, kiinan kieleen ja kiinalaisiin arvoihin. Työssä tuodaan esille eri liiketapakulttuurin osa-alueita sekä kulttuurin pääpiirteitä ja käytännön asioita liike-elämästä.</p> <p>Työn tutkimusosio on toteutettu haastattelemalla kuutta eri alojen asiantuntijaa. Haastateltavat valittiin siten, että heillä on omakohtaista kokemusta kiinalaisesta liike-elämästä.</p> <p>Liiketapakulttuuri eroaa suomalaisesta liiketapakulttuurista ja kulttuurilliset pääpiirteet tulee olla tiedossa ennen kuin suomalainen yritys aloittaa yhteistyötä kiinalaisen yrityksen kanssa. Näin vältetään kommunikaatio-ongelmilta sekä kasvojen menetykseltä. Tutkimuksessa nousi kuitenkin esille, että ei ole vain yhtä oikeaa tapaa toimia kiinan markkinoilla.</p> <p>Tutkimusongelmat työssä olivat: Millainen on kiinalainen liiketapakulttuuri? Mihin tulisi varautua ennakolta? Mitä erityispiirteitä kiinalaisessa yritystapakulttuurissa on?</p>		

Asiasanat Kulttuuri, Viestintä, Liike-elämä, kvalitatiivinen tutkimus, liiketapakulttuuri, kasvojen menetys, hierarkia
--

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences Pietarsaari Unit	Date December 2018	Author Anna Ranta
Degree programme Degree Programme in International business		
Name of thesis CHINESE BUSINESS CULTURE		
Instructor Sara Åhman	Pages 50 + 3	
Supervisor		
<p>The purpose of this thesis is to describe Chinese business culture to reader. My bachelor's thesis is twofold, consisting of a theory section and research section. In my theory segment, I write about China in general; examine China geographically, contemplate the challenges China may be facing in the future and furthermore showcase the religion in China and how they manifest in the Chinese culture. I also tell about economy and the trade relations between Finland and China. This dissertation explores the outlines of conventions in the Chinese business culture alongside the Chinese language and values.</p> <p>The research part of my work has been carried out by interviewing six different specialists from various lines of business. The interviewees have been selected based on them having personal experience of the Chinese world and the culture within.</p> <p>The conventions in the Chinese business culture differ from the corresponding customs of the Finnish business culture, therefore cultural outlines must be clarified before a Finnish company starts a potential cooperation with a Chinese company. In doing so, possible errors in communication can be averted. However, what became an evident in this study is, that there is not just one correct way to act on the Chinese market and culture is transformed over time.</p> <p>My research problem is to establish how is the Chinese business culture and what ought to be anticipated and what unique characteristics are involved in the Chinese business culture in particular? What should be prepared in advance?</p>		

<p>Key words business, China, culture, communication</p>

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Suunnitelmatalous = Talousjärjestelmä, jossa valtio johtaa tai ohjaa talouden kehitystä määrävuosiksi eteenpäin laaditun suunnitelman mukaan.

Markkinatalous = Taloustiede talousjärjestelmä, jossa hinnanmuodostus on vapaan kysynnän ja tarjonnan säätelemä.

BKT = BKT kuvaa bruttokansantuotetta millä tarkoitetaan kaikkien maassa tuotettujen tavaroiden ja palveluiden yhteisarvoa vuoden aikana.

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 KIINA.....	3
2.1 Kiinan uskonnot	5
2.1.1 Taolaisuus	5
2.1.2 Kungfutselaisuus	6
2.1.3 Buddhalaisuus	6
2.2 Kiinan kieli.....	7
2.3 Kiinan talous.....	8
2.4 Suomen ja Kiinan välinen kauppa 2017	12
3 LIIKETAPAKULTTUURIN OMINAISUUDET	13
3.1 Kulttuuri	13
3.2 Liike-elämää Kiinassa.....	14
3.2.1 Ennakointi.....	15
3.2.2 Kommunikointi	16
3.2.3 Epäviralliset tapaamiset	17
3.2.4 Käyntikortit ja pukukoodi	18
3.2.5 Liikelahjat.....	19
3.3 Kiinalaiset arvot	20
3.4 Kasvojen menetys.....	21
4 TUTKIMUSMENETELMÄ	23
4.1 Tutkimusmenetelmän valinta	23
4.2 Tutkimuksen luotettavuus.....	24
5 TUTKIMUSTULOKSET	27
5.1 Haastateltavien esittely	27
5.2 Yritysten välinen viestintä.....	29
5.3 Ennakointi.....	31
5.4 Liiketapaamiset	31
5.5 Käyntikortit	33
5.6 Pukukoodi	33
5.7 Kiinalainen johtaja.....	34
5.8 Kasvojen menetys.....	35
5.9 Päätösten teko.....	36
5.10 Hierarkia	37
5.11 Naisten rooli liike-elämässä	38
5.12 Liikelahjat	39
5.13 Liikelounaat ja illanvietto.....	40
5.14 Liiketapakulttuurien vertailu.....	42
5.15 Haasteet	43
5.16 Yritystapakulttuuri tulevaisuudessa.....	44
5.17 Muistilista Kiinassa toimimiseen	45

6 POHDINTA	48
LÄHTEET	49
LIITTEET	
TAULUKOT	
TAULUKKO 1. Muistilista Kiinassa toimimiseen.....	46
KUVIOT	
KUVIO 1. Kiinan velan kehitys ja rakenne	10
KUVIO 2. Kiinan bruttokansantuotteen kasvu ja sen osatekijät.....	11
KUVIO 3. Tutkimuksen luotettavuus.....	25

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on tutkia kiinalaista liiketapakulttuuria. Valitsin aiheeksi Kiinan liiketapakulttuurin, sillä olen kiinnostunut Kiinasta maana sen pitkän historian ja maan monipuolisen kulttuurin vuoksi. Jotta työni vastaa opiskelujeni pääainetta, kansainvälistä kauppaa, päädyin tarkastelemaan työssäni pääsääntöisesti liiketapakulttuuria. Rajaamalla aiheeni liiketapakulttuuriin halusin myös luoda syvempää kuvaa kiinalaisesta liiketapakulttuurista ja sen erikoispiirteistä. Koen, että on hyötyä suomalaisen yrityksen aloittaessa kaupankäyntiä kiinalaisen yrityksen kanssa tai jo toimiessa yhteistyössä kiinalaisten kanssa.

Olen asunut vaihto-opiskelujeni vuoksi Shanghaissa kolme kuukautta vuonna 2016 ja koen, että suomalaisen ja kiinalaisen kulttuurin välillä löytyy yhtäläisyyksiä sekä eroavaisuuksia. Työni päämäärä on tuoda esille tärkeimmät asiat, mitkä tulee ottaa huomioon, kun yrityksen katse suuntautuu kohti Kiinan markkinoita. Työni päätehtävä on tuoda yritykselle tietoa Kiinan kulttuurista ja myös tarkastella Kiinaa maana. Kiina on monipuolinen ja vanha valtio, joten pyrin jokaisessa otsikossani kertomaan vain oleelliset asiat tiivistettynä lukijalle.

Kiina on suuri valtio, missä kulttuuri ja väestönrakenne vaihtelee paljon riippuen alueesta, joten myös maan sisällä voi löytyä pieniä kulttuurin eroavaisuuksia. Näin ollen on hyvä muistaa, että on useita totuuksia ja toimintatavat voivat vaihdella alueesta riippuen. Työni haasteena oli tuoda mahdollisimman yhtenäinen ja yleispätevä kuva maan liiketapakulttuurista esille. Koin myös haasteeksi sen, että kulttuuri muokkaantuu jatkuvasti ja liiketapakulttuuri voi poiketa paljonkin henkilön työtehtävän ja iän mukaan. Validiteetin ja ajankohtaisuuden vuoksi yritin käyttää monipuolisesti eri lähteitä ja uutisia työssäni.

Yhteistyö kiinalaisten yritysten kanssa vaatii ulkomaalaisilta yrityksiltä laajaa tietoa maan tapakulttuurista ja liike-elämän pelisäännöistä, jotta kaupankäynti ja yhteistyö sujuvat yrityksen välillä ongelmitta. On tärkeää, että suomalaiset yritykset tietävät liiketapakulttuurin pääpiirteet, jotta kanssakäyminen helpottuu. Tämän vuoksi myöhemmissä kappalaissa syvennyn tarkemmin maan liiketapakulttuuriin ja sen eri ilmenemismuotoihin Kiinassa. Kiinan markkinoiden vapauduttua on maata pidetty mahdollistajana monelle suomalaiselle yritykselle. Kuitenkin pitkä maan eristäytymispolitiikka on muovannut liiketapakulttuuria ja se poikkeaa länsimaisesta liiketapakulttuurista monin keinoin. Pyrin työssäni selvittämään, mitä hyötyä on tuntea maan liiketapakulttuuri ennalta ja mitä asioita tulisi välttää, kun yritys kommunikoi kiinalaisen yrityksen kanssa.

Työni alussa kerron Kiinasta, sekä kiinalaisesta liiketapakulttuurista. Teoriassa on kolme päälukua. Ensimmäinen pääluku kertoo Kiinasta alueena, Kiinan ilmastosta, sekä maan ilmaston aiheuttamista haasteista. Alaotsikossa kerron tarkemmin Kiinan uskonnoista. Valitsin Kiinan suurimmat uskonnot osaksi työtäni, sillä koen, että uskonnoilla on suuri rooli Kiinan kulttuurin ilmenemisessä. Uskontojen vaikutus näkyy kiinalaisessa elämässä ja muokkaa kiinalaisten arvoja. Pysin työssäni tuomaan esillä käytännön esimerkeillä, mitä selkeitä vaikutuksia eri uskonnoilla on maan kulttuuriin. Tämän jälkeen kerron kiinankielistä ja tuon esille kiinankielen haasteet liike-elämässä. Seuraavassa alaluvussa kerron Kiinan taloudellisesta tilanteesta tänä päivänä ja Kiinan ja Suomen välisestä kauppasuhteesta vuonna 2017 käyttäen apuna tullin virallisia tilastoja.

Kolmannessa luvussani käsittelen Kiinan yritystapakulttuuria. Tuon työssäni esille sitä, miten kulttuuri näkyy asioidessa kiinalaisten kanssa, ja mitä erityispiirteitä heillä on. Kerron myös yleisesti siitä, millälaisia neuvottelijoita kiinalaiset ovat. Kolmannen luvun alaluvuissa kerron tarkemmin pukukoodista, käyntikorteista sekä liikelahjoista, jotka koen tärkeiksi liiketapakulttuurin ilmenemismuodoiksi Kiinassa. Lopulta kerron kiinalaisten arvoista, jotka muokkaavat henkilöiden käyttäytymistä ja toimintaa. Lopussa pohditaan ”kasvojen menetyksen” pelkoa ja sitä, miten se näkyy liike-elämässä.

Luvussa neljä määrittelen valitsemani tutkimusmenetelmän työlleni sekä pohdin työni luotettavuutta. Luvussa viisi esittelen valitsemani haastateltavat, sekä kerron heidän taustoistaan. Kappaleen alaluvuissa käyn haastatteluun saadut vastaukset läpi tiivistetysti. Valitsin työhöni haastattelukysymykset, mitkä täydentävät aikaisempaa tietoa työssäni ja mahdollisesti antavat laajemman ja ajankohtaisen näkökannan liiketapakulttuuriin. Haastattelukysymykset löytyvät työni lopusta. (LIITE 1). Jaan haastattelukysymykseni alaotsikoilla ja tiivistän saadun vastauksen lukijalle loppuun. Viimeisessä luvussa on pohdintaa opinnäytetyöni tekemisestä, toteutuksesta ja saaduista tuloksista.

2 KIINA

Tässä luvussa esitellään lyhyesti perustietoja Kiinasta. Kiina on yksi maailman suurimmista valtioista maantieteellisesti ja väestörakenteen puolesta. Kiinaa hallitsee Kiinan kommunistinen puolue, joka on johtanut maata jo vuodesta 1947. Kiinalaiset itse kutsuvat maataan Kiinan kansantasavallaksi (Zhongguo). Kiinan virallisena valuuttana käytetään Juania. (Globalis 2016.)

Kiinan väestö on kasvanut 400 miljoonasta henkilöstä arviolta 1,3 miljardiin henkilöön alle sadan vuoden aikana. (Bailey, Knapp, Neville-hadley & Roberts, Steinhardt 2007, 131.) Maan väkiluku jättää taaksensa jopa Intian ja Yhdysvallan. Kiinan väestönkasvua on pyritty hillitsemään onnistuneesti yhden lapsen politiikalla vuosien 1979 –2015 välillä. Kiinaan mahtuu jopa 56 eri kansallisuutta, mutta noin 90 % kiinalaisista kuuluu Han-kansaan, mikä on maailman suurin yksittäinen kansanryhmä. (Morejohn 2006, 8–10.)

Pinta-alansa puolesta Kiina on maailman kolmanneksi suurin maa. Maan pinta-ala on 9500 000 km² ja maa sijaitsee Itä-Aasiassa. Alueellisesti suurella Kiinalla on jopa 14 eri naapurimaata. Kiinan naapurimaat ovat Intia, Nepal, Bhutan, Myanmar, Laos, Vietnam, Venäjä, Korean demokraattinen kansantasavalta, Pakistan, Mongolia, Kirgisia, Tadzikistan, Afganistan sekä Kazakstan. Kiinalla on tämän lisäksi merirajaa Japanin ja Etelä-Korean kanssa. (Globalis 2016.)

Kiinassa on yhteensä 23 eri aluehallinnosta maakuntaa, sekä viisi autonomista maakuntaa. Tämän lisäksi Kiina katsoo myös kiistellyn Taiwanin kuuluvan osaksi Kiinaa. Maassa on yhteensä jopa 657 eri kaupunkia. Kiinan suurimmassa kaupungissa Chongqingissa asuu tällä hetkellä noin 28,8 miljoonaa henkilöä. Väkiluvultaan toiseksi suurin kaupunki on Shanghai ja kolmanneksi suurin on maan pääkaupunki Peking. Kiina koostuu useasti eri alueesta ja maahan mahtuu valtava määrä maailman kaikista luonnonvaroista. Kiinassa on suuret korkeuserot, mitkä vaikuttavat ilmastoon sekä väestön jakautumiseen maan sisällä. Keltainen joki jakaa maan suunnilleen kahteen osaan - pohjoiseen ja etelään. Maan itäinen osa on hedelmällistä ja länsiosa harvaanasuttua vuoristoaluetta. (Globalis 2016.)

Kiinan talous on jakautunut epätasaisesti kansan välille. Kiinan taloudellinen eriarvoisuus kasvoi 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen puolivälissä, kun rikkaimpien ja köyhimpien piirikuntien asukkaiden keskimääräisten tulojen erot olivat jopa kymmenkertaiset. Köyhin alue sijaitsee Kiinan länsi-, lounais- ja keskiosissa ja rikkain osa sijaitsee maan rannikkoalueella. (Paltmaa & Vuori 2012, 6.)

Kiina on tunnettu tänä päivänä maailmalla saasteistaan ja ympäristön pilaantumisesta. Kiina kamppailee saastumisen aiheuttamista uhista. Pelkästään ilmansaasteet aiheuttavat Kiinassa vuodessa yli 1,3 miljoonaa ennenaikaista kuolemaa. Arvio perustuu vuoden 2010 tietoihin, jolloin tutkija Jos Lelieveld havaitsi pienhiukkasten vaikutusta sairauksiin ja ennenaikaisin kuolemiin. Pienhiukkasia syntyy esimerkiksi liikenteessä, teollisuudessa, maataloudessa ja alkeellisessa teknologiassa. Myös hiekkamyrskyt ja metsäpalot altistavat Kiinaa pienhiukkasille. Korkea kuolleisuusluku Kiinassa selittyy myös maan suurella väestöllä ja maan tiheällä asutuksella. (Tiede 2015.)

Noin 10 prosenttia maailman öljystä, 30 prosenttia maailman hiilestä, 25 prosenttia maailman alumiinista ja 40 prosenttia maailman sementistä kulutetaan Kiinassa. Mikäli Kiinan energiankäyttö kasvaisi Yhdysvaltojen tasolle, tarvittaisiin kolme maapalloa yhden sijaan. Uhkakuvissa Kiinan väestönkasvu ja kehitys ajaa maan luonnonvarojen tuhoon. (Saraste 2008, 151.)

Kiina pyrkii vähentämään saasteita istuttamalla maahan puita sekä parantamalla maan teollisuutta. Kiina on tehnyt tavoitteen tulevaisuudelle ja vähentää maan omaa hiilituotantoa. Myös Greenpeace ja muut ympäristöjärjestöt ovat mukana auttamassa Kiinaa saasteiden vähentämisessä. Saasteita on onnistuttu kitkemään, ja myös Kiinan johtava kommunistipuolue aloitti vuonna 2013 voimaperäisen muutoksen saasteita vastaan. Myös Kiinan hallitus on mukana saasteiden vähentämisessä, sillä hallitus haluaa vahvistaa ympäristönsuojelua. Tämän vuoksi hallitus laatii uusia lakeja ympäristönsuojeluun, sekä hyödynittää uusia valvontajärjestelmiä. Tämän lisäksi teollisuudelle suunnataan valistuskampanjoita lakien noudattamisesta. Muutoksen seurauksena suuria saastelähteitä on suljettu ja tuhansia saastuttavia tehtaita on pysäytetty tai siirretty pois kaupunkien lähistöltä. Saasteiden estäminen on tuonut maahan myös uusia ongelmia. Miljoonat kotitaloudet ovat jääneet joko kokonaan tai osittain ilman lämmitystä, kun niiltä on kielletty saasteita aiheuttava hiilen polttaminen. Positiiviset muutokset, eivät myöskään kerro, että työsaasteiden vähentämiseksi olisi ohi, sillä esimerkiksi pääkaupungissa Pekingissä saastemäärät ylittävät moninkertaisesti terveystieteiden enimmäismäärän. (Kokkonen, 2018)

Nykypäivän Kiina on valmis astumaan suurvalta-asemaan. Kiina on saanut vaikutusvaltaa maailmassa, ja suurin osa väestöstä kuuluu pian keskiluokkaan uusimpien ennusteiden mukaan. (Morejohn 2006.)

2.1 Kiinan uskonnot

Kiinassa on viisi hallituksen hyväksymää uskontoa. Tästä huolimatta vuonna 2007 Purdun yliopistossa tehdyn tutkimuksen mukaan enemmän kuin puolet kiinalaisista pitää itseään ateistina. Tähän on vaikuttanut vuonna 1966 alkanut kulttuurivallankumous. (Kiina ennakkotietoa, 3.) Vaikka suurin osa kiinalaisista luokittelee itsensä ateistiksi, ei voida sivuuttaa uskonnon vaikutusta kiinalaisen kulttuurin muovaamisessa. Vanhat filosofiat ja ajattelutavat ovat kiinalaisilla veressä. (Björn 2015, 65.)

Uskonto muokkaa ihmisten arvoja, maailmankatsomusta sekä myös tapakäyttäytymistä. Seuraavassa luvussa kerron tarkemmin Kiinan kolmesta suurimmasta uskonnosta: taolaisuudesta, kungfutselaisuudesta, sekä buddhalaisuudesta. Uskonnot muokkaavat maan kulttuuria, minkä vuoksi koen tärkeäksi työssäni, että tarkastelemme maan suosituimpia uskontoja pääpiirteittäin ja sitä, miten uskonnot muovaavat ihmisten ajatusmaailmaa.

2.1.1 Taolaisuus

Taolaisuutta ei pidetä tavallisena uskontona, vaan enemmänkin se nähdään traditionaalisen maailmankaikkeutta selittävänä filosofiana. Taolaisuuden keskiössä on maailmankaikkeusteoria Jang ja Jin, mikä on vastavoiman ja voimanlaki. Jangilla ja Jinillä kuvataan kaikkea luontoon ja erilaisiin piirteisiin liittyviä asioita. Jangilla voidaan kuvata kaikkea hyvää, kuten positiivisuutta, miehisyyttä, valoa, kovuutta, lämpöä, luovuutta, pysyvyyttä ja loistoa. Jin puolestaan edustaa negatiivista energiaa, kuten naisellisuutta, passiivisuutta, pehmeyttä, kylmyyttä, vaihtelevuutta ja varjoja. Jang ja Jin ilmenevät eritavoin: esimerkiksi luonnossa sääilmiönä niin, että Jang on kesän lämpö, kun taas Jin on sään kylmyys. Taolaisuudessa uskotaan, että kuoleman jälkeen Jang vie sielun pois maallisesta ja Jin puolestaan luo sielulle mahdollisuuden jatkaa elämää maan päällä uudessa olotilassa. (Remes 1997, 59.)

Uskonnon perustajana tunnetaan Laotse, jonka arvioidaan eläneen 500 luvulla eKr. Hän loi käsitteen tao, mikä tarkoittaa tietä, elämän päämäärään, järkeä, lakia, sekä järjestystä. Tao tarkoittaa käytännössä kaikkea mihin ihminen elämässään pyrkii. Taolaisuudessa elämän tarkoitus on yksinkertaisuus, rehellisyys ja mielenrauha. (Remes 1997, 59.)

Taolaisuuden perimmäinen tarkoitus on löytää Jinin ja Jangin avulla saavutettu harmonia. Taolaisuudessa uskotaan siihen, että kun elämässä on tarpeeksi aktiivisuutta passiivisuuteen nähden, pehmeyttä

kovuuteen ja kärsivällisyyttä kilpailuun nähden, saadaan toivottua tulos. Uskonto ei pidä tärkeänä rituaaleja tai seremonioita. Taolaiset ajattelevat, että paras harmonia tulee, kun heittäytyy elämään ilman suuria päämääriä tai tavoitteita. (Laamanen 2014.)

2.1.2 Kungfutselaisuus

Kungfutselaisuus on nimitetty uskonnon perustajan eli Kungfutsen mukaan. Hän syntyi noin 550 eKr. ja hän eli jopa kahdeksankymmentä vuotiaaksi asti. Kungfutsella oli hyvät edellytykset elämään, sillä hän oli osa aatelistiperhettä. Kungfutse toimi nuorempana opettajana, opettaen oppilaillaan historiaa, runoutta sekä sivistysfilosofiaa. Vanhempana Kungfutse päätyi valtion virkamieheksi ja toimi hetken aikaa oikeusministerinä. Hänen oikeusoppinsa eivät kohdanneet maan hallitsijan kanssa, joten hän jätti myöhemmin virkansa. Tämän jälkeen Kungfutse vaelsi kolmetoista vuotta Kiinassa palaten lopulta kotiin. Hän kirjoitti yhteensä yhdeksän kirjaa, joista viisi kanonisoitiin. (Remes 1997, 60.)

Uskonnon keskeisin viesti on ”Mitä et halua tehtävän itsellesi, älä tee sitä muille”. Uskonto ihanoi jaloja ihmisiä, jotka noudattavat moraalista hyvyttä. Uskontoon myös kuuluu vahvasti hierarkian kunnioittaminen. Tämä näkyy Kiinassa muun muassa hallitsijan kunnioittamisena, sekä vanhempien kunnioittamisena. (Maailmanuskonnot 2012.) Kiinalaisilla onkin tapana sanoa, että yhteiskunnassa vallitsee järjestys, kun ministerit saavat olla ministereitä, isät isiä ja nuoremmat tottelevat vanhempia. (Björn 2015, 66.) Uskonto pitää jaloutta, sivistyneisyyttä ja valistuneisuutta hyvänä piirteenä ihmisessä. Työ tulee ottaa vakavasti, sekä työssä tulee kunnioittaa esimiestään, kuin myös esimiehen tulee olla oikeudenmukainen ja esimerkillinen alaisiaan kohtaan. (Remes 1997, 60.)

Kungfutselaisuus näkyy monin tavoin Kiinassa ja jopa hallitsijat ovat suosineet Kungfutsen ajatuksia hallitsemisperusteissaan. Muita selkeitä vaikutuksia uskonnolla on ollut Kiinan koululaitoksessa. (Remes 1997, 60.)

2.1.3 Buddhalaisuus

Buddhalaisuus levisi Etu-Intiasta Kiinaan 500-luvulla eKr. Buddhalaisuus poikkeaa oppinsa puolesta kiinalaisesta ajattelutavasta monin eri tavoin. Buddhalaisuus pitää sisällään oppeja muun muassa paastosta, sekä kasvissyönnistä. Uskonnon perusajatuksena pidetäänkin, että elämä on kärsimystä ja ihmisen

tulisi luopua maallisesta omaisuudestaan, jotta voi vapautua ja vapauttaa ihminen jälleensyntymisen ikuisesta kierrosta. (Morejohn 2006, 13.) Buddhalaisuus on levinnyt laajasti koko Aasian ja uskonnon kannattajia arvioidaan olevan jopa 700 miljoonaa henkilöä. Uskontokunta on jakautunut kahteen eri ryhmään. Hinayanabuddhalaisuuden kannattajia on pääosin Sri Lankassa ja Taka-Intiassa. Kiinassa uskonnon kannattajat kuuluvat Mahayanabuddhalaisuuden piiriin. (Remes 1997, 45.)

Uskonnon perustaja oli Siddhartha Gautama eli nykyisin tunnettu Buddha. Hän syntyi kuninkaalliseen perheeseen Intiassa. Käännepaikka nuoren kuninkaallisen elämässä oli, kun hän poistui ensimmäistä kertaa palatsistaan vasta 29 vuotiaana. Hän näki ensimmäistä kertaa elämässään kuoleman, sairauden ja vanhenemisen. (Timanttapolku, Buddhalaisuus 2018.) Gautama oli saanut tarpeekseen omasta varjellusta elämästään. Hän koki, että sielu kiertää ruumiista toiseen, mutta kärsimyksiä ei voi paeta. Hän halusi selvittää elämän suurimmat kysymykset. Tarun mukaan hänen unessaan kaikki hyvinvointi oli muuttunut likaiseksi ja sairaaksi. Uni oli käännekohta Gautaman elämässä ja hän lähti palatsistaan ryhtyen kiertolaismunkiksi. Matkallaan hän koki valaistuksen ja löysi elämän tarkoituksen. Elämän tarkoitus uskonnossa on löytää kultainen keskitie, mikä löytyy kärsimyksen ja ylellisyyden keskeltä. Uskonnon mukaan elämä on täynnä kärsimystä, ja ihmisen tulee poistaa elämänjano ja vapautua jälleensyntymisen pakosta. Buddha alkoi opettamaan valaistumisen jälkeen sanomaansa ja eli tietojen mukaan noin 80-vuotiaaksi. Kiinassa buddhalaisuus tarjoaa oppeja laajalti, sillä se mahdollistaa tulkita asioita niin kuin tulkitsijalle itselleen parhaiten se sopii. (Remes 1997, 45-48.)

2.2 Kiinan kieli

Kiinan kieli on toiseksi puhutuin kieli maailmassa, heti englannin kielen jälkeen. (Remes, 1997, 83) Kiinan virallinen kieli on mandariinikiina. Mandariinikiinaa puhuu lähes 870 miljoonaa ihmistä, mutta myös lukutaitoiset kiinalaiset, jotka puhuvat jotakin muuta kiinalaista kieltä, ymmärtävät kirjoitettua mandariinikiinaa. (Yle 2015.)

Maan toiseksi puhutuin kieli on Wu-kiina, mikä ei ole keskenään samanlainen mandariinikiinan kanssa. Wu-kiinaa puhuu yli 90 miljoonaa henkilöä ja kieltä puhutaan pääsääntöisesti Shanghaissa ja kaupungin lähimaakunnissa. Kiinassa puhutaan lisäksi kantonkiinaa, mikä on Hongkongin ja Macaon virallinen kieli. Muita kieliä kiinassa on gan-, xiang ja hakka-kiina, joilla on myös miljoonia puhujia. Voidaankin sanoa, että Kiina on monipuolinen maa myös kieltensä osalta, mikä lisää haastetta Kiinassa matkustavalle. (Koskinen 2016.)

Kiinankielen puhuminen perustuu äänenkäyttöön ja melodiaan. Kiinankielen lausumista voidaan kuvata nuottiviivastolla. Sama sana voi tarkoittaa useaa eri asiaa, eri taajuuksilla lausuttuna. Tämä on eurooppalaisille haasta kiinankielen opettelemisessa. Haastetta kommunikointiin luo myös se, että englanninkielen taito on edelleen harvinaista kiinassa. (Remes, 1997, 82–85) Sävelkorkoja, eli tooneja on kiinankielessä neljää eri lajia. On oltava tarkka, mitä toonia käyttää puhuessaan kiinalaisen kanssa. Esimerkiksi kiinalainen sana ”mai” tarkoittaa eri toonilla sanaa ”ostaa”, toisella äänensävyllä sama sana tarkoittaa ”myydä”. Kieliopiltaan kiinaa ei pidetä vaikeana kielenä oppia, sillä sanat eivät taivu, eikä kielessä ole aikamuotoja. Määresanat ovat puolestaan sitäkin tärkeämpiä. (Yle 2015.)

Kiinan kirjoitettu kieli on kehittynyt kuvamerkeistä. Kiinassa kunnolliseen lukutaitoon tarvitaan noin 3000 merkin ulkoa osaamista. Kiinassa koululaiset käyttävät ensimmäiset opiskeluvuotensa merkkien ulkoa oppimiseen. (Morejohn 2006, 12-13.) Merkkejä on yhteensä noin 8000–10000 ja jopa merkit voivat poiketa toisistaan eri alueilla. Kielessä on satoja eri murteita, ja tämän vuoksi kiinankieliset ohjelmat näytetään tekstitettyinä. (Saraste 2008, 31–34.)

Kiinan kielessä on myös mukana symboliikkaa, mikä tulee ilmi esimerkiksi ihmisten nimissä. Myöskin numeroilla on oma symboliikkansa ja esimerkiksi numero 8 kuvaa kiinalaisella vaurautta, kun taas numero 4 symboloi kuolemaa. (Yle 2015.)

2.3 Kiinan talous

Tässä luvussa kerron yleisesti Kiinan taloudesta, sen muutoksista ja tulevaisuuden näkymistä. Sivuan kappaleessani myös Kiinan vahvuuksia maailmankaupassa ja maan mahdollisia uhkakuvia tulevaisuudessa.

Kiinan yleinen talouskasvu on alkanut jo 1970-luvun lopussa. Viimeiset kolme vuosikymmentä kasvu on ollut noin 10%. Parhaillaan maan talouskasvu on vuosittaisella tasolla ollut jopa 15 % 1980-luvun puolessa välissä, ja alimmillaan se on ollut 4 % 1990-luvulla. Kiinan talouskasvua on edistänyt maan tekemät uudistukset. Kiinan talouden vahvuuksina nähdään tällä hetkellä suuri työvoima, koulutuksen lisääntyminen ja arvostaminen ja dynaamiset yritykset. Maailmanpankki on todennut jo vuonna 1997, että Kiinalla on selkeät suljetun suuren talouden edut käytettävissään. (Kaivo-oja 2013.)

Kiina on johtavia maailman talousmahteja. Kiinan talous on muuttunut suunnitelmataloudesta markkinataloudeksi vuonna 1978, mutta muutos vaati Kiinalta paljon uudistuksia. Kiinan bruttokansantuotteen keskimääräinen 10 %:n jokavuotinen kasvu on nostanut 500 miljoonaa ihmistä köyhyysrajan ulkopuolelle. Kiinan talous kasvaa, mutta silti vielä vuonna 2012 köyhyysrajan alapuolella jäi yli 99 miljoonaa kansalaista. (Turpopankki 2016.)

Kiinan talousnousu köyhyydestä huolimatta on kiistatonta. Esimerkki Kiinan talousnoususta on muun muassa se, että vuonna 1981 Kiinassa arvioitiin olevan 630 miljoonaa kansalaista, joka ansaitsee alle dollarin päivässä, kun taas vastaava luku vuonna 2005 oli enää 110 miljoonaa kansalaista (8,9 prosenttia väestöstä). Tämä on maailman taloushistoriassa suurin tunnettu absoluuttisen köyhyyden väheneminen ja kertoo kiistattomasta Kiinan menestystarinasta. (Paltmaa & Vuori 2012, 394.)

Kiinan talous kasvoi entisestään odotettua enemmän vuonna 2017. Kasvun syinä oli kansainvälisen kaupan kasvaminen, mikä nostatti Kiinan vientiä maailmalla. Tästä huolimatta Kiinan talouskasvun uskotaan hidastuvan vuosien 2018–2019 aikana. Kasvuennuste tulevalle vuodelle on maltillinen 6 %. Talouden kasvun vauhdittajia ovat kasvava keskiluokka, kaupungistuminen ja teollisuuden uusiutuminen. Kotimainen kulutus on kasvanut työpaikkojen lisääntymisen vuoksi. Kiinassa elää noin 300–400 miljoonan ihmisen keskiluokka, jotka tavoittelevat itselleen parempaa elämää. Vaikka keskiluokka kasvaa, kiinalaisten keskimääräinen kulutus on toistaiseksi varovaista. Kiinalaiset käyttävät rahaansa varovaisemmin verrattuna länsimaalaisiin, sillä kiinassa on heikko julkinen sektori ja maan asukkaat varautuvat säästämällä koulutuksiin ja terveydenhuoltoon suuren osan tuloistaan. Kuluttajien lisäksi maan teollisuustuotanto uudistuu, minkä vaikutus voi aiheuttaa taloudellista kasvua. (Jauhiainen 2018.)

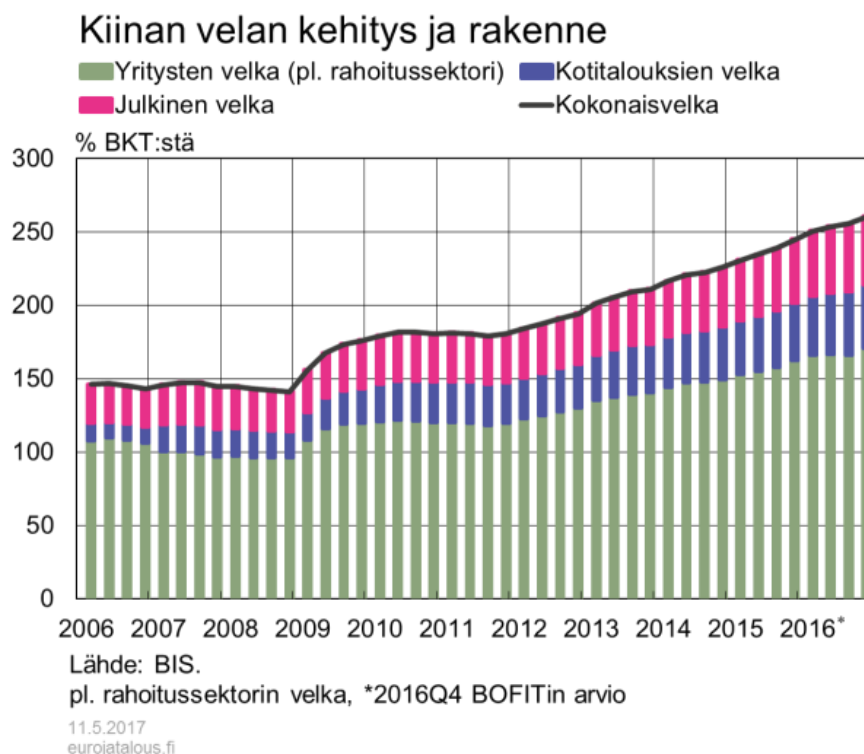
Kiina on viisivuotishjelmassaan vuosille 2011–2015 nimennyt seitsemän eri sektoria, joita aiotaan tukea erityisesti ja kasvattaa niiden taloudellista merkitystä. Nämä sektorit ovat bioteknologia, uudet energiamuodot, kehittyneiden laitteiden tuotanto, energiansäästö ja ympäristönsuojelu, puhtaan energian ajoneuvot, uudet materiaalit ja seuraavan sukupolven tietoteknologia. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2013.)

Kansainvälinen valuuttarahasto kokee, että tällä hetkellä maan talouskasvu on liian riippuvainen jatkuvasta velanotosta ja sijoittamisesta. Kiina kamppailee taloudellisen tasapainonsa kanssa, vaikka ekonomistien mukaan maan taloudellinen kestävyys on vielä hyvää. Suurimpina riskinä tulevaisuudessa pidetään maan velkaantumista. Kiinan velka suhteessa BKT:hen on 255 prosenttia. Velan osuuden Kii-

nan bruttokansantuotteesta odotetaan nousevan lähes 300 prosenttiin vuoteen 2022 mennessä. Yksityisen sektorin velka on kasvanut huomattavasti. Velan hillitsemisessä on käytetty rahapolitiikan kiristämistä, mikä rajoittaa luoton myöntämisiä yrityksille.

Maailmanpankki puolestaan ennakoii talouden hidastumista Kiinan osalta. Syyksi määritellään maan poliittinen tilanne, sekä talouden kehityksen muutosta investoinneista kulutukseen. Muita riskejä taloudelliselle kasvulle ovat alueen geopoliittinen tilanne, sekä muun maailman kasvava protektionismi. Maailmanpankki näkee Kiinan taloudelliset uudistukset liian hitaina. Tärkeimpiä uudistuksia, joita tulisi tehdä maailmanpankin mukaan on maan budjettiuudistus, joka koskee paikallishallintojen rahoitusta, sekä maan eläkeuudistus. (Jauhiainen 2018.)

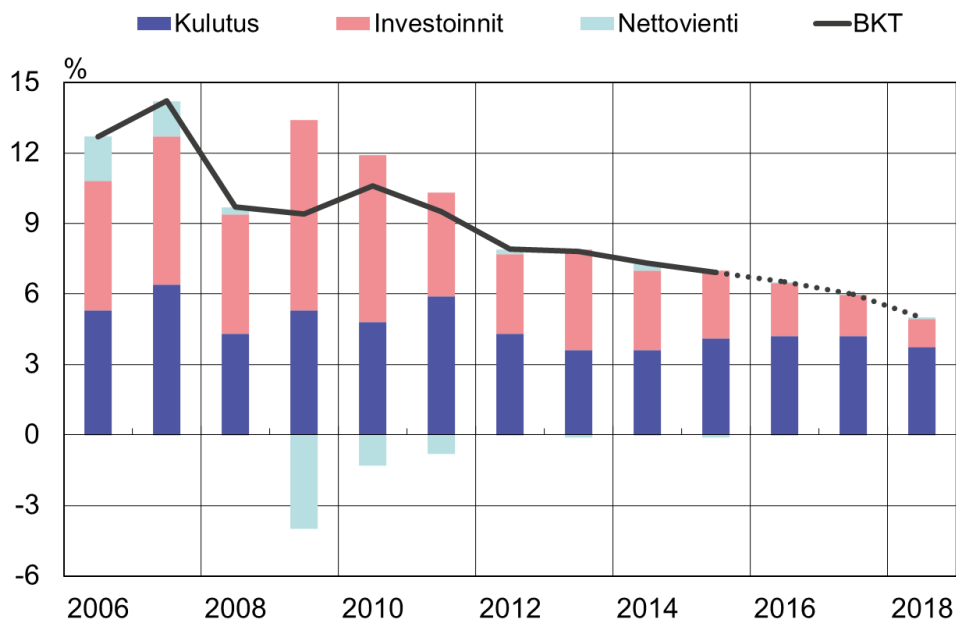
Maan keskusjohtoista taloutta puristaa valtavaksi kasvanut velka. Kiinan talouden tulevaisuuden hahmottaminen on vaikeaa, myös sen vuoksi, sillä taloushistoriassa ei löydy vastaavaa taloudellista tilannetta, mikä Kiinassa vallitsee. (Jauhiainen 2018.)



KUVIO 1. KIINAN VELAN KEHITYS JA RAKENNE (Kaaresvirta 2017.)

Kuviossa 1. näkyy Kiinan velan kehitys ja sen rakenne vuosina 2006-2016. Kuviossa näkyy maan julkinen velka, yritysten velka, sekä kotitalouksien velka. Velka on laskettu yhteen kuviossa kokonaisvelaksi. Suurin velka osuus on yritysten velka. Julkinen velka sekä kotitalouksien ottama velka ovat tähän verrattua huomattavasti pienempää. Kuviossa näkyy kokonaisvelan kasvusuhte vuodesta 2006 vuoteen 2016. Kuviossa voi nähdä kansainvälisen talouskriisin vaikutusta Kiinaan 2008 lopulla, jolloin kokonaisvelka lähti nousuun. Vuoden 2008 jälkeinen notkahdus tasaiseen kasvusuuntaan voi selittyä talouskriisillä, minkä jälkeen maan velka on kasvanut tasaisesti vuoteen 2016.

Kiinan BKT:n kasvu ja sen osatekijät



Lähteet: Kiinan tilastovirasto, CEIC ja BOFIT.

28.9.2016
eurojatalous.fi

21180@kesä_2016_kontribuutiot

KUVIO 2 Kiinan bruttokansantuotteen kasvu ja sen osatekijät
(Kaaresvirta 2017.)

Kuviossa 2 näkyy Kiinan bruttokansantuotteen muutos vuosien 2006–2018 välisenä aikana. Bruttokansantuote on kaikkien maassa tuotettujen tavaroiden ja palveluiden arvo yhden vuoden aikana. Kuviossa näkyy kulutuksen, investoinnin ja viennin osuus. Kuvion vasen puoli kertoo maan BKT:n kasvu. Kuvion voi nähdä, että maan bruttokansantuote on laskenut vuodesta 2006. Valitsin kuvion työhöni, sillä bruttokansantuote ilmaisee hyvin maan todellista vaurautta ja muutos kuvastaa maan taloudellista kehittymistä.

2.4 Suomen ja Kiinan välinen kauppa 2017

Vientiyrityksen kannalta Kiina on potentiaalinen markkina-alue suomalaisille yrityksille. Myyntimäärät voivat kasvaa suuriksi, mikäli tuote löytää ostajansa Kiinasta. Kilpailussa pohjoismaalaisen myyjän lähtöaseman on Kiinassa hyvä, sillä kiinalaiset arvostavat pohjoismaalaista tietotaitoa ja laatua, mikä on osana vauhdittamassa maiden välistä kauppaa. Tässä luvussa käsittelen Suomen ja Kiinan välistä kauppaa tammikuun ja helmikuun välisellä mitatulla ajanjaksolla 2017 Tullin ulkomaankauppatilaston valossa.

Suomen ja Kiinan välinen kauppa kasvoi vuonna 2017 kokonaisuudessaan. Tullin ulkomaankauppatilastojen mukaan Suomen tavaravienti kasvoi edelliseen vuoden mitattuun tammi–heinäkuu ajanjaksoon verrattuna noin 30%, mikä oli arvioltaan yli 1,9 miljardia euroa. Kiinan tuonti Suomeen kasvoi samalla ajanjaksolla 12 %. Kiinan tuonti oli arvoltaan 2,5 miljardia euroa. Kiinan vienti kasvoi 5,1 % mikä tarkoittaa, että Kiinan osuus Suomen viennistä oli yhteensä 5,7%. Tuonnissa Kiinan osuus pieneni 7,2 prosentista 7 prosenttiin. Suomen kauppa on kasvanut nopeammin kuin EU-maiden yhteenlaskettu keskimääräinen kauppa vuonna 2017, ja Kiina oli Suomen viidenneksi suurin vientimaa ja tuonnissa Kiina on neljänneksi suurin tuonti maa. Viennin osuus on noussut ja maa on ohittanut muun muassa viennin osuudellaan Ison-Britannian ja Venäjän. Suomen ja Kiinan välisessä kaupassa kauppataseen alijäämää kertyi mitatulla ajanjaksolla 560 miljoonaa euroa. Edellisvuoden kauppatase samaan aikaan oli 735 miljoonaa euroa. Vaje on viime vuosina laskenut loivasti. Kokovuoden alijäämää tilastoitiin vain 1,4 miljardia euroa ja alijäämä on loivassa laskussa viimevuosiin verrattuna. (Tulli, 2017.)

Suurin osa arvoltaan suurimpien tavararyhmien vienti kasvoi Kiinaan mitatulla ajanjaksolla. Poikkeuksena tästä on turkisnahkojen vienti, missä koettiin pientä laskua. Suurin viennin kasvu tapahtui Nikkeli-malmin ja nikkelikiven kohdalla. Syy tähän löytyy vientimäärien ja hintojen kasvussa. Tämän lisäksi vienti kasvoi myös sahatavaran-, paperimassan- ja elektroniikan komponenteilla. Tämä johti siihen, että Kiinasta tuli Suomen suurin sahatavaran vientimaa. Kiinan tuonnin painopisteet Suomeen ovat elektroniikkaa, minkä tuonti kasvoi huomattavasti mitatulla ajanjaksolla. Yleinen elektroniikka, mikä tulee Kiinasta Suomeen, on puhelimet ja tietokoneet. Elektroniikan lisäksi Kiina tuo Suomeen paljon tekstiilejä ja vaatteita. Tekstiilin tuonti pysyi kuitenkin ennallaan verrattuna edellisvuoteen. Kasvua tuonnin osalta koki metallitavarat, huonekalut, lelut ja urheiluvälineet. Laskua koettiin puolestaan mittareiden ja valaisimien tuonnin kohdalla. Suurin osa kiinalaista alkuperää olevista tavaroista tuodaan suoraan Kiinasta Suomeen, mutta 45 prosenttia tuotteista tuotiin muiden maiden kautta. Tässä katsauksessa tuonti Kiinasta on tilastoitu vain alkuperämaan, ei lähetysmaan mukaan, mikä vaikuttaa tilastointiin. (Tulli 2017.)

3 LIKETAPAKULTTUURIN OMINAISUUDET

Tässä kappaleessani siirryn tarkastelemaan lukijalle hyödyllisiä näkökulmia Kiinan liiketapakulttuurin ominaispiirteisiin, ja kerron piirteistä, joista tulisi olla tietoinen neuvotellessaan kiinalaisen yrityksen kanssa. Tarkastelen kulttuurin ominaispiirteitä ja tuon luvussa alaotsikoilla esille asioita, mitä tulisi ottaa huomioon, kun toimii kiinalaisen yrityksen kanssa. Kulttuurin tietämyksellä voidaan pitää yllä asiakassuhteita ja edistää neuvotteluita tai kaupan syntyä. Ensimmäisessä alaluvussa myös käsittelen määritelmän kulttuuri.

Kulttuurilliset erot voivat ilmetä eri aikakäsityksenä, ruokatapoina ja erilaisina arvoina. Yleistäminen auttaa ymmärtämään uutta ympäristöä, sillä se antaa osviittaa oikeanlaiseen toimimiseen. Näin ollen, kerron kappaleissani yleistäen kiinalaisista tavoista ja kulttuurin ominaispiirteistä. Tekstissäni tuon esille yleiskuvan asioista, joita yrityksen tulee tietää ennen kanssakäymistä kiinalaisen yrityksen kanssa.

3.1 Kulttuuri

Kulttuurin (latinaksi “cultura” – maanviljely, jalostus) määrittelemisen yksiselitteisesti on haastavaa ja sanalla on useita eri määritelmiä. Kulttuurin voi määritellä yhteisön tai koko ihmiskunnan henkisten ja aineellisten saavutusten kokonaisuutena. (Suomisanakirja 2018.)

Kiinalaiseen kulttuuriin vaikuttaa edelleen taolaisuuden ja kungfutselaisuuden periaatteet. Tämä näkyy kiinalaisen elämässä pyrkimyksenä harmoniaan sekä itsensä hyväksymisessä. Kiinalaiset arvostavat kohteliaisuutta ja vaatimattomuutta. Kiinalaisia opetetaan ajattelemaan perinteisesti niin, että yhteisö on yksilöä tärkeämpää, mikä poikkeaa länsimaisesta ajattelutavasta missä puolestaan korostuu individualismi. (Kiina ennakkotietoa, 5)

Kiinan kulttuurilla on pisin yhtäjaksoinen historia maailmassa ja rodullisesti maan väestö on yhtenäinen. 1200-luvulla Marco Polo kertoi, että Kiina on rikkaampi ja sivistyneempi, kuin Italia. Maan korkeakulttuuri kehittyi Keltaisenjoen suistossa ja levisi sieltä muualle Kiinaa. Vaikka korkeakulttuuri levisi läpi maan, on Kiinassa edelleen kulttuurillisia eroja havaittavissa. Kiinan Kantonin kansaa pidetään edelleen kauppiaskansana, Fujianin maakunnalta tulleet ovat tunnetusti suoria ja anteliaita, kun taas Pekingiläisiä pidetään hyväkäytöksisinä ja shangailaisia pidetään materialisteina. Maakunnilla on omat piirteensä ja yleensä kiinalaiset ovat ylpeitä omista juuristaan. (Saraste 2008, 40–41.)

3.2 Liike-elämää Kiinassa

Tässä kappaleessa käsitellään yleisiä erityispiirteitä liike-elämän tavoista kiinalaisessa liiketapakulttuurissa. Kiinalaisilla on arvoja, mitkä tulee ottaa huomioon liike-elämässä. Nämä arvot ovat esimerkiksi hierarkia ja maan aikakäsitys mitä tuon kappaleessani esille. Liiketapakulttuuri eroaa suomalaisesta liiketapakulttuurista ja kulttuurien erot tulee ottaa huomioon maiden välisessä kommunikaatiossa. Mikäli neuvotteluissa ulkomaalainen yritys ei huomioi kiinalaisten liiketapakulttuuria on todennäköistä, että yhteistyötä yrityksen välillä ei synny. Kiinalaiseen neuvottelukulttuuriin kuuluu keskeisenä osana konfliktien välttäminen, sopuisa käyttäytyminen sekä kasvojen säilyttäminen ja menettäminen. (Chinetverkosto 2018.)

Suomalaisen tulee myös huomioida sopimusta tehdessään useat eri asiat. Yleinen virhe on allekirjoittaa yhteistyösopimus, missä kiistatilanteet ratkottaisiin kiinalaisissa alioikeuksissa, Kiinan lakien mukaan ja pahimmassa tapauksessa kiinankielellä. Suomalaiselle yritykselle on turvallisinta, mikäli mahdolliset kiistakysymykset ratkaistaan välimiesmenettelyssä Suomessa. (Björn 2015, 24–28.) Ennen Kiinaan lähtöä, yrityksen tulisi myös varmistaa tuotteen toimivuus Suomessa, sillä virheiden paikkaaminen Kiinassa maksaa enemmän. On myös hyvä, mikäli suomalaiset yhtiöt tekevät yhteistyötä keskenänsä Kiinan markkinoilla. (Björn 2015, 53.)

Kiinassa työntekijöitä on vaikeampi sidottaa työhön ja pätevistä työntekijöistä on huutavaa pulaa. Yrityksen tulee miettiä, miten rekrytoivat väkeä, jotka ovat uskollisia yritykselleen. Yritysten tulee tutustua

ennakkoon Kiinaan sopiviin johtamisstrategioihin, sillä se mikä toimii Suomessa ei toimi Kiinassa. Palkatessaan työntekijöitä, tulee yrityksen tutustua tarkasti myös kiinalaiseen työlainsäädäntöön. Ei ole suositeltavaa myöskään palkata työntekijää ilman koeaikaa, sillä Kiinassa työntekijä voi maksutta haastaa työnantajansa välimiesoikeuteen. (Björn 2015, 50–62.)

Moni suomalainen yritys on saanut oppia virheestään, sen että ulkomaalaisen on vaikeaa hakea oikeutta Kiinassa, sillä kommunistinen puolue on kaiken yläpuolella. Kiinalaisten suosiminen näkyy monella eri tapaa, kuten julkisissa hankinnoissa ja maan investoinneissa. Myöskään kartellit eivät ole harvinaisia. (Saraste 2008, 25.)

Suhdetoimintaa, sekä kauppasuhteiden luontia edesauttavat henkilökohtaiset suhteet. Suhteita voidaan ylläpitää jatkuvalla yhteydenpidolla, vierailuilla, yhteisillä tapaamisilla ja toiminnalla. Suhde voi kehittyä hitaasti ja suhteen luomiseen on annettava riittävästi aikaa ja luottamusta. Suhdetoiminnan luominen voi olla haastavaa etenkin pienelle yritykselle. Tämän vuoksi yritysten välinen yhteistyö on tärkeää. Mikäli suomalainen yritys on löytänyt sopivia tapoja päästä Kiinan markkinoille, tulisi yrityksen etsiä itselleen sopivia yhteistyökumppaneita. Yhteistyökuvioista hyötyvät poikkeuksetta molemmat osapuolet. (Remes 1997, 79–80.)

Kiinassa guanxi kuvaa laajaa verkostoa. Guanxin on verkosto, missä suhteet auttavat jokaista osapuolta. Mikäli länsimaalainen haluaa liikemiespiireihin, tulee hänen tuntea oikeat verkostot. Laajaan guanxiin voi kuulua miljonäärejä, virkamiehiä, sekä puoluejohtoa. Guanxi pitää jäsenistään huolta ja kiinalainen harvoin päästää piiriinsä ulkomaalaista. Verkoston ongelma on lahjukset, sekä lakien kiertäminen. (Saraste 2008, 57–59.)

3.2.1 Ennakointi

Ennen varsinaisia liikeneuvotteluja yrityksen osapuolten on suositeltavaa tutustua vastapuolen edustajaan yksilöinä. (Linnankoski 2015.) Kiinalaista kulttuuria pidetäänkin suhdekeskeisenä. Tällä tarkoitetaan sitä, että ihmiset hoitavat asioita mielellään verkostojen ja henkilökohtaisten suhteidensa avulla. He

ovat mieluiten tekemisissä oman perheensä ja ystäviensä sekä luotettavien tuttaviansa kanssa. Kiinalaiset voivat kokea kiusallisuutta joutuessaan asioimaan tuntemattomien ihmisten kanssa. Tämän vuoksi suhdekeskeisessä kulttuurissa kiinalaiset tutustuvat neuvottelukumppaniinsa huolellisesti. (Xu 2017.)

Ennen kuin suomalainen yritys voi aloittaa liikeneuvottelun kiinalaisen yrityksen kanssa, tulee ottaa huomioon, että neuvottelut kestävät yleensä huomattavasti kauemmin, mitä suomalaiset liikeneuvottelut. Suurin syy tähän on se, että kiinalaiset haluavat luoda henkilökohtaisten suhteen vastapuoleen. Näin ollen neuvotteluihin tulee varata runsaasti aikaa ja kärsivällisyyttä. Yritykseen tulee tutustua etukäteen, ja henkilökohtaisten suhteiden luomiseen tulee käyttää paljon aikaa. Kiirehtiminen saattaa pahimmillaan johtaa neuvotteluiden epäonnistumiseen tai osapuolten kasvojen menetykseen. (Kiina ennakkotietoa, 18) Kärsivällisyyttä pidetään parhaimpana ominaisuutena Aasiassa, sillä aikataulut saattavat muuttua, eikä aina kaikesta sovitusta pidetä kiinni. Tapaamiset voidaan peruuttaa tai siirtää toiseen ajankohtaan. Kuitenkin sitkeys palkitaan useasti. Ajan käyttöön tulee varautua ennakolta suhteen luomisen kannalta, sillä suhteet ovat kaupankäynnin perusedellytys. (Remes 1997, 63–65.)

On myöskin suositeltavaa, että Kiinassa työskentelevän suomalaisen kannattaa hankkia luotettava paikallinen avustaja. Kiinalainen henkilö auttaa avaamaan ovia ja esittelemällä sinut muille. Paikallinen herättää luottamusta muiden silmissä, sekä auttaa byrokratian kanssa toimimisessa. (Saraste 2008, 29–30.)

3.2.2 Kommunikointi

Kiinan kulttuurissa on tärkeää, kuka puhuu, ja milloin puhuu. Aasialainen kokous on poikkeavaa, sillä etiketti ja hierarkia ovat suuressa roolissa kokouksessa. Tärkein keskustelu käydään kahden kesellä istuvan välillä, joilla on korkein hierarkkinen asema kokouksessa. Pöydän laidoilta voidaan antaa asiantuntijakommentteja, joilla vain tuetaan johtajien keskustelua. (Remes 1997, 84–85.)

Kommunikointi verbaalisesti ja nonverbaalisesti tulee olla harkittua. Esimerkiksi tervehdysten ja jäähyväisten pitää tulla kiinalaisten liikekumppaneiden aloitteesta. Kättely on hyväksyttävää, vaikka kiinalainen kumarrus olisi turvallisempi vaihtoehto etikettivirheiden välttämiseksi. Tervehdyksissä tulisi välttää

suudelmaa poskelle tai muuta fyysistä kontaktia, mikä ei ole suomalaisille muutenkaan tyyppillistä kommunikointia liike-elämässä. (Rantapallo 2018.)

Kiinalaisille on myös tärkeää, että heitä osataan puhutella oikein. Kiinalaiset puhuttelevat liikekumppaneitansa eri tavalla kuin esimerkiksi omia tuttaviansa. Kiinassa sukunimi on aina ennen etunimeä ja mahdolliset tieteelliset tittelit tulee sanoa sukunimen perässä. Yrityksen johtajaa tulee sanoa puheenjohtajaksi, sillä tämä osoittaa kunnioitusta vastapuolta kohtaan. Puhuttelussa on poikkeustapauksia; mikäli kiinalainen liiketuttava esittelee itsensä länsimaalaisittain, on puhuttelu etunimellä myöskin sallittua. (Linnankoski 2015.)

On tärkeää huomioida kommunikoinnissa, että kiinalaiset välttävät suoraa kieltäytymistä. Esimerkiksi jos yritys käy kauppaa kiinalaisen yrityksen kanssa, tulee huomioida, että ilmaisut ”ehkä, katsotaan, palataan asiaan” tarkoittavat todennäköisemmin sitä, että kauppoja yrityksen välille ei synny. Suomalaisen yrityksen tulisi oppia ymmärtämään, milloin kiertoilmaisut tarkoittavat kiinalaiselle kieltäytymistä. Suoraa kieltäytymistä vältetään, koska suora kieltäytyminen voi aiheuttaa osapuolten kasvojen menetyksen. (Kiina ennakkotietoa, 17) Epävirallisiin tilaisuuksiin kuuluu yleensä osapuolten avauspuheet, missä vastapuolta mairitellaan. Päätöspuheissa kerrotaan lupauksia tulevaisuudesta, sekä kiitoksia illallisen järjestäjälle. (Remes 1997, 86.)

On olemassa myös asioita, joita keskustelussa kiinalaisen kanssa tulisi välttää. Nämä aiheet ovat muun muassa kiinan kulttuurivallankumous, hallitsijoiden kritisointi, ihmisoikeudet, Taiwan tai maan ilmaansaasteet. (Hidden China 2018.)

3.2.3 Epäviralliset tapaamiset

Kommunikointia virallisten tapaamisten jälkeen jatketaan usein myös töiden ulkopuolella. Kun kiinalainen yritys kutsuu neuvottelukumppaninsa illalliselle, tutustutaan vastapuoleen henkilökohtaisella tasolla. Istumapaikat illallisella vastaavat henkilöiden asemaa yrityksessä. Hierarkkisesti korkeimmalla

olevat henkilöt istuva kunniapaikalla, mikä sijaitsee keskuksessa etelää kohti tai vastapäistä ovea. Kunnipaikan viereiselle paikalle tulee istua seuraavaksi korkeassa asemassa olevat henkilöt. Mikäli illallisella istutaan pyöreän pöydän ääressä, kunniapaikka sijaitsee ovea vastapäätä. (Kiina ennakkotietoa, 21.)

Kun kiinalaiset kutsuvat suomalaiset kollegat illalliselle, tulee muistaa kunnioittaa kutsua ja saapua ajoissa paikalle. Illallisella tulee odottaa, että isännät ottavat syömäpuikot omiin käsiinsä ja aloittavat ruokailun, tämän jälkeen muu seurue voi aloittaa. Illan isäntä nostaa alkumaljan, minkä jälkeen vieraat voivat liittyä mukaan. Kiinalaiset tarjoilevat illallisilla alkoholia, mutta sitä tulee nauttia kohtuudella. (Kiinan bisnesetiketti haltuun 2018.)

Laskun maksaminen kuuluu illan isännälle, mutta on kohteliasta, mikäli illallisvieras vastusteleee ja pyytää että saisi maksaa laskun muodon vuoksi. Lopulta tulee myöntyä ja antaa illan isännän hoitaa lasku. Mikäli laskun jakamista ehdotetaan kiinalaiselle, voidaan se kokea loukkauksena. Kiinalaisessa kulttuurissa tämä kielii siitä, että illan isäntää ei pidetä tarpeeksi varakkaana. Pahimmillaan hyväeleinen pyyntö jakaa lasku kahteen osaan johtaa osapuolten kasvojen menettämiseen. (Kiinan bisnesetiketti haltuun 2018.)

3.2.4 Käyntikortit ja pukukoodi

Käyntikorttien perinne on pitkä ja niitä kunnioitetaan erityisesti Kiinassa. Käyntikorttien tarkoitus on näyttää henkilön nimi, yhteistiedot ja yrityksen nimi ja logo. Käyntikortit ovat yleensä pieniä, noin luotokortin kokoisia kortteja. Suomalaisen tulee huomioida, että kiinalaiset arvostavat käyntikortteja mihin toinen osapuoli on nähnyt paljon vaivaa. Kiinassa kannattaa suosia kaksipuolisia käyntikortteja, missä kortin toinen puoli on kiinaksi ja toinen puoli englanniksi. Käyntikortti tulee antaa ja vastaanottaa molemmin käsin ja laittaa käyntikortti eteen kokouksen ajaksi. Korttia annettaessa tervehditään vastapuolta. On loukkaavaa, mikäli liikekumppani laittaa käyntikortin suoraan taskuun tai vastaanottaa käyntikortin vain yhdellä kädellä. Käyntikorteilla voi tehdä vaikutuksen, ja ne myös auttavat vastapuolen nimien muistamisessa neuvottelutilanteessa. (Kiinan bisnesetiketti haltuun 2018.)

Käyntikorttien lisäksi kiinalaisille on tärkeää, millaisen ensivaikutelman he saavat henkilön pukeutumisen perusteella. Pukeutuminen voi vaihdella alueittain ja myös vuodenaajat vaikuttavat pukeutumiseen. Aasiassa yleisesti ei vieroksuta, vaikka pukeutuminen ei täyttäisi kaikkia vaatimuksia, mutta turvallista on suosia paikallisia tapoja. (Remes 1997, 110–111.) Yleisohje pukeutumiseen on konservatiivisuus. Miehillä sopiva asu on tummat siistit puvut ja siistit kengät. Kesäaika on poikkeus, silloin miesten ei tarvitse käyttää takkia tai solmiota tapaamisilla. Naisten tulisi pukeutua myös konservatiivisesti pukuun tai mekkoon. Naisten tulee välttää liian avonaisia asuja, liian korkeita korkoja tai liian lyhyttä mekon helmaa. Pukukoodi on tärkeää liike-elämässä, sillä se antaa yrityksen työntekijästä ensivaikutelman vastapuolelle. Mikäli pukukoodia rikotaan, antaa se huonon kuvan koko yrityksestä. (Kiina ennakkotietoa, 18.)

3.2.5 Liikelahjat

Liikelahjat kuuluvat osaksi kiinalaista liiketapakulttuuria. Liikelahjat ovat tärkeä osa, kun luodaan henkilökohtaisia suhteita kiinalaisten työntekijöiden kanssa. Ne osoittavat kiitollisuutta ja kunnioitusta saajaa kohtaan. Kiinalaiset antavat liikelahjoja jo ensimmäisillä tapaamisilla, jonka vuoksi myös vastapuolen tulisi olla varautunut liikelahjalla. Liikelahjan sisällöllä voi olla rooli myös kaupan synnyssä. Liikelahja tulee olla visuaalisesti pakattu. Kiinalaiset suosivat kultaista ja punaista liikelahjan pakkausväreissä, tai vaihtoehtoisesti hopeaa ja vaaleanpunaista. Nämä värit liitetään vaurauteen ja onneen. Varovaisuutta aiheuttaa värit musta, sekä valkoinen, sillä väreillä on symbolinen merkitys suruun. (Vanno 2018.)

Lahjassa suomalaisen yrityksen olisi hyvä suosia muun muassa kotimaista käsityötä, sillä Kiinassa arvostetaan käsityötä, sille se kertoo, että lahjaan on nähty paljon vaivaa. Kiinalaiset osaavat arvostaa myös käyttöesineitä missä tulee taide ja muotoilu esille, ja he ilahtuvat, jos voivat asettaa liikelahjan esille, muidenkin ihailtavaksi. Yritysten tulisi suosia lahjoja missä tulee ilmi, mistä maasta se on peräisin ja missä näkyy mahdollisesti vastapuolen yrityksen logo. Suosittuja lahjoja ovat muun muassa yrityksen logolla varustettu paita, kynäsetti tai elektroniikkalaitte. Muita suositeltavia lahjoja ovat perinteiset suklaa ja konjakki. Liian kallis liikelahja voidaan kokea kiusalliseksi, jos kiinalaisen antama lahja on huo-keampi. Suositeltu hinta liikelahjalle pyörii 10–30 euron välillä. Liian kalliin lahjan voi vastapuoli kokea

myös lahjonnaksi. Kellojen, sateenvarjojen, tai veitsien antaminen lahjaksi voi koitua neuvotteluiden päättymiseen, sillä ne kielivät kiinalaisille negatiivisia asioita, kuten kuolemaa. (Vanno 2018.)

Yleensä parhaan lahjan hankkiminen onnistuu silloin, kun osapuolet ovat toisillensa tarpeeksi tuttuja. Mikäli osapuolet tuntevat toistensa perhetaustat, voi myös suhteiden ylläpitämiseksi hankkia lahjoja vastapuolen lapsille tai puolisolalle. Lahjan antaminen työelämässä pyritään tekemään epävirallisilla tapauksilla ja antamisen yhteydessä voi kommentoida lahjaa kertomalla mistä se on tullut ja miksi se lahjanantaja on valinnut kyseisen lahjan. Lahja on hyväntahtoinen ele, ja sen katsotaan toivottavan hyvää onnea vastapuolelle. (Remes 1997, 86–89.)

3.3 Kiinalaiset arvot

Ryhmän toimintaa arvostetaan Kiinassa niin paljon, että riitelyä vältetään viimeiseen asti. Tämä koskee perheen sisäistä toimintaa kuin myös työyhteisön toimintaa. Mikäli henkilö menettää malttinsa kiinalaisen nähden, menettää hän myös pahimmassa tapauksessa ryhmän kunnioituksen ja mahdollisuuden kauppoihin kiinalaisen yrityksen kanssa. (Pukkila 2000, 32.) Kiinassa ulkomaalaisen yritysjohtajan ei tule käyttäytyä hyökkäävästi, sillä se tulkitaan epävarmuudeksi. Kiinalaiset arvostavat hillittyjä, kohteliaita johtajia. (Björn 2015, 66.)

Kiinalaisiin arvoihin kuuluu vahvasti perheen kunnioittaminen, ja perhettä pidetään myös kungfutselaisuuden oppien mukaan yhtä tärkeänä käsitteenä kuin kansakunta tai maailma. Perheen arvostus näkyy siinä, että useat sukupolvet voivat asua saman katon alla. Myöskin matkustaminen perheiden luo on yleistä suuresta välimatkasta huolimatta. (GB times 2017.) Suvun merkitys on niin voimakas, että se voi olla länsimaalaisella vaikea ymmärtää. Perinteet vaikuttavat läpi ihmisen elämän aina syntymästä hautajaisiin asti. Perhe ja suku määräävät moraalien rajat. Usein myös henkilövalinnat työelämässä selittyvät perhetaustoilla. (Remes 1997, 27–28.)

Kiinalaiset arvostavat myös hyvää koulutusta ja siihen suhtaudutaan erittäin vakavasti. Kiinalaisilla on suuret toiveet lapsiaan kohtaan ja näin ollen he pyrkivät saavuttamaan toiveensa hyvän koulutuksen

avulla. Pienestä lähtien kiinalaiset lapset tottuvat kilpailemaan ja tekemään kovaa työtä arvosanojen eteen. Koulutus voidaan jakaa neljään osa-alueeseen; yleissivistävä koulutus, ammatillisen toisen asteen koulutus, korkea-astekoulutus, sekä aikuiskoulutus. (Kiina ennakkotietoa, 8.)

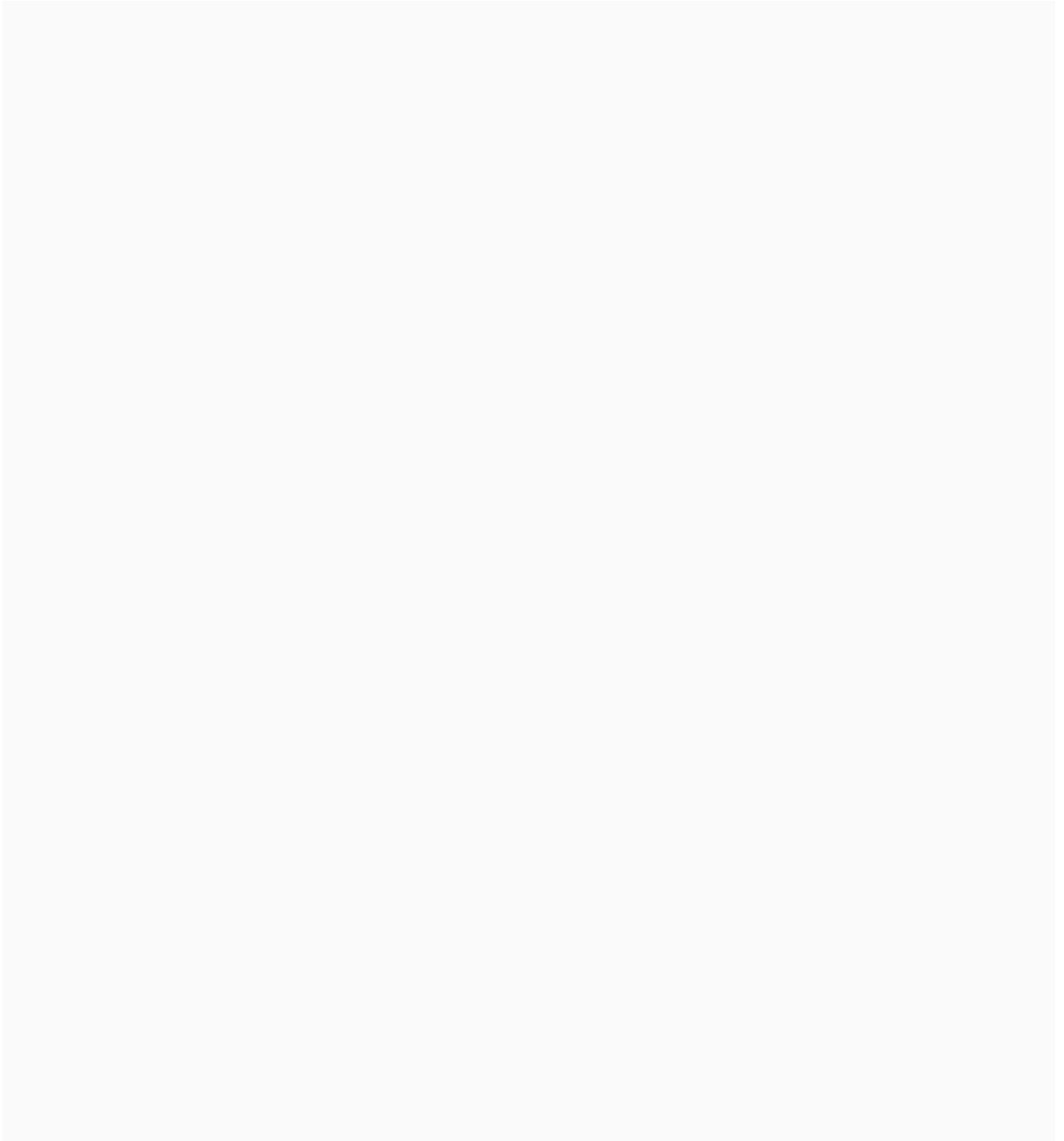
3.4 Kasvojen menetyks

Työssäni olen tuonut useaan otteeseen käsitteen kasvojen menetyks. Tässä kappaleessa kasvojen menettämiseen paneudutaan tarkemmin. Kasvojen menettäminen liittyy vahvasti kiinalaiseen kulttuuriin ja tapaan toimia ja kommunikoida. Kasvojen menetyksellä tarkoitetaan tilannetta, missä henkilö menettää arvokkuuden, ylpeyden ja maineen muiden henkilöiden silmissä. Kasvojen menetyks voi johtaa pahimmillaan liike- tai henkilösuhteiden menettämiseen tai välien katkeamiseen ja tämän vuoksi kasvojen säilyttämistä pidetään tärkeänä. (Linnankoski 2015.) Kasvot kuvaavat Kiinassa ihmisen henkistä arvoa. Kasvojen menettämisellä kuvataan tilannetta, jossa henkilö siis menettää arvonsa toisten edessä. (Remes 1997, 39.)

Kasvot voidaan menettää muun muassa silloin, jos vastapuoli syyttää toista osapuolta esimerkiksi tietämättömäksi tai vaikkapa valehtelijaksi. Kasvojen menettäminen aiheuttaa henkilölle suurta häpeää, joten asioidessa kiinalaisten kanssa on aina varottava tilanteita, joissa voisi saattaa toisen osapuolen epämieluisaan tilaan. Suomessa väitellään pienistä asioista ja erimielisyydet kuuluvat liike-elämään ja väärässä oleminen on hyväksyttävää. Kiinassa mahdollisuutta väärässä olemiseen ei anneta ja väittelyihin johtavat keskustelut minimoidaan. Mikäli kiinalainen menettää kasvonsa, alkaa vihanpito osapuolten välillä. (Remes 1997, 39–40.)

Kasvojen säilyttämistä pidetään yllä kohteliaalla käytöksellä. Hienotunteisuus on tärkeää liikkuesssa Aasiassa. Liiallinen varovaisuus on parempi kuin riskinotto. Suomalaiseen kulttuuriin kuuluu väittely tietämyksestä tai pienistä yksityiskohdista. Tämä johtaa siihen, että voi olla haastavaa huomata, kuinka pienistä asioista voi syntyä tilanne, jossa aasialainen menettää kasvonsa muiden edessä. Erityisesti suomalaisen tulee varoa kollegoiden tai esimiehen arvostelua. (Remes 1997, 40.)

Myöskin suoraa kieltäytymistä vältellään ja kieltäytyminen pyritään antamaan vastapuolelle epäsuorasti. Kasvojen menettämiseen ja säilyttämiseen liittyy myös tunteiden ilmaisu - kiinalainen voi hymyillä tiukoissakin tilanteissa. On tärkeää, että kommunikoidessaan kiinalaisen yrityksen kanssa osattava lukea rivien välistä eri kommunikoinnin sävyjä. Esimerkiksi kokoukset voidaan valmistella etukäteen, jotta itse kokous sujuisi ilman ristiriitoja ja näin ollen osapuolet välttyvät kasvojen menettämiseltä. (China-netverkosto 2018.)



4 TUTKIMUSMENETELMÄ

Opinnäytetyössäni tavoitteeni on selvittää, minkälainen on kiinalainen liiketapakulttuuri. Työni tavoite on tuoda kattava kokonaiskuva lukijalle mihin tulisi varautua, kun neuvottelee kiinalaisen yrityksen kanssa. Työssäni tuon esille yleistetyt asiat mitkä ovat ominaisia kiinalaisessa liiketapakulttuurissa. Tuon esille myös asioita, joita tulisi välttää asioidessa kiinalaisen yrityksen kanssa. Työssäni kerrotaan myös kiinalaisista arvoista ja kiinalaisesta tavasta kommunikoida verbaalisesti ja nonverbaalisesti. Olen pyrkinyt selvittämään, mitä yrityksen tulisi ottaa huomioon ennen kuin on tekemisissä kiinalaisen yrityksen kanssa, jotta vältetään suurimmilta ongelmilta tai kasvojen menetykseltä, ja minkälainen toiminta edesauttaa suhteiden luomista kiinalaisten kanssa. Tätä tavoitettani työssäni tukee se, että olen jakanut työn teoriaosioon, sekä tutkimusosioon.

4.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimusosiooni valitsin laadullisen, eli kvalitatiivisen tutkimuksen. Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii ymmärtämään kohteen laatua, ominaisuuksia ja sen merkitystä. (Jyväskylän yliopiston koppa 2015.) Toteutin työni haastattelemalla asiantuntijoita ja heidän vastausten perusteella keräsin tarvittavaa aineistoa vastaamaan tutkimusongelmaa.

Keräsin työhöni 26 eri avointa haastattelukysymystä liittyen tutkimusongelmaani. Haastattelukysymykset jaoin sittemmin kuuteen eri osioon (LIITE 1). Ensimmäisessä osiossa haastattelukysymykset liittyivät haastateltavaan, toinen viestintään, kolmas johtamiseen, neljäs liikelajoihin, viides osio koski vapaa-aikaa kiinalaisten kanssa ja viimeisessä osiossa tarkasteltiin Suomen ja Kiinan välisiä eroja liiketapakulttuurissa, sekä pohdittiin Kiinan liiketapakulttuurin muovautumista tulevaisuudessa. Osa kysymyksistä olivat laajoja, joilla pyrin saamaan haastateltaviltani kattavia vastauksia ja erilaisia kokemuksia esille, kun taas osan kysymyksistäni olin rajannut tarkemmin. Kaikki kysymykseni olivat avoimia, mikä antaa vastaajalle mahdollisuuden vastata kysymykseen laajemmin.

Haastattelut toteutettiin puhelimitse 5 haastateltavan osalta. Haastattelu toteutettiin sähköpostilla haastateltavan X osalta niin, että lähetin hänelle kysymykset ja hän lähetti kysymyksiini vastaukset myöhemmin sähköpostiini. Lähetin myös osalle haastateltavista haastattelukysymykset ennakkoon, jotta haastateltavat saivat halutessaan tutustua kysymyksiini rauhassa. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin, eli

kirjoitettiin puhtaaksi sana sanalta erilliselle lomakkeelle. Haastattelun tyyli oli avoin ja keskusteleva. Tarkentavia kysymyksiä tein tarpeen vaatiessa haastateltaessa, jos minulle jäi muuten annetusta vastauksesta epäselväkuva tai koin että kysymys tulkittiin mahdollisesti väärin. Haastattelukysymyksillä pyrin selvittämään mahdollisimman kattavasti, miten haastateltavat kuvaavat kiinalaista liiketapakulttuuria tänä päivänä ja pohtimaan sen eroja suomalaiseen liiketapakulttuuriin. Osa haastattelukysymyksistä oli myös tarkkoja, joihin haastateltavat pystyivät vastaamaan yksityiskohtaisesti ja kertomaan omia kokemuksiaan asioista. Pyysin haastateltaviltani omakohtaisia kokemuksia ja esimerkkejä tilanteisiin, jotta vastaukset olisivat mahdollisimman konkreettisia. Pyrin työssäni tuomaan asiantuntijahaastattelusta saamani vastaukset laajasti lukijalle esille. Kerään vastausten yhtäläisyyksiä ja vertaan vastauksien eroavaisuuksia, jonka perusteella vastataan työni tutkimusongelmaan.

Koin, että kvalitatiivinen tutkimus on kaikista sopivin vaihtoehto työni tyyliin, sillä uskon, että parhaimman ja reaaliaikaisimman vastauksen tutkimusongelmaani saan haastattelemalla henkilöitä suoraan, jotka työskentelevät kiinalaisten parissa tällä hetkellä tai ovat työskennelleet aikaisemmin.

Henkilöt, joita opinnäytetyöhöni haastattelin joko työskentelevät kiinalaisessa yrityksessä/on työskennellyt, tai työskentelevät suomalaisessa yrityksessä missä käydään kauppaa kiinalaisen yrityksen kanssa.

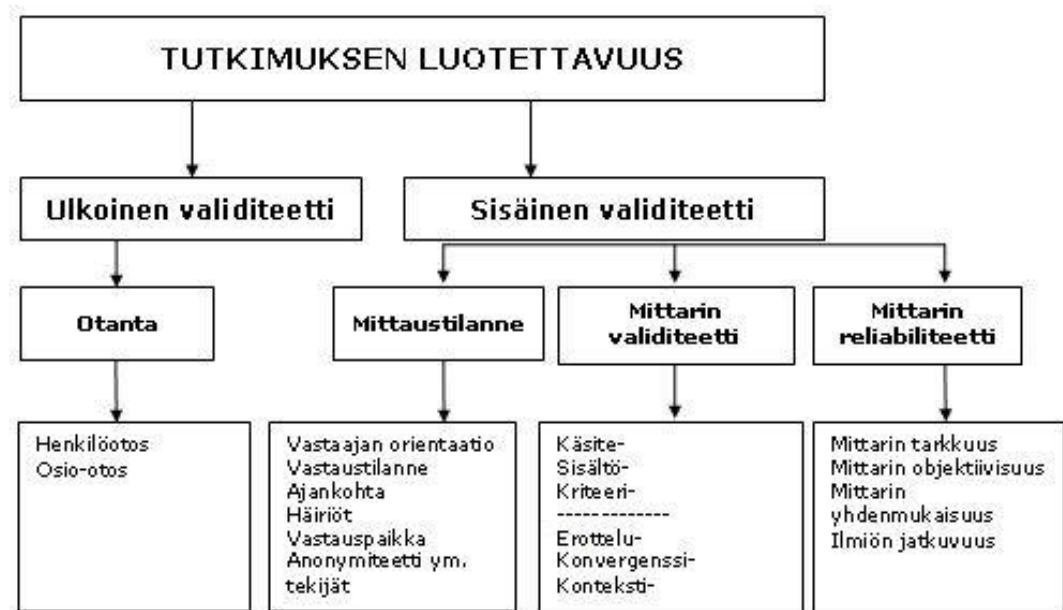
4.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta tarkastellaan validiteetilla ja reliabiliteetilla. Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä. Validiteetilla ilmaistaan sitä, kuinka hyvin tutkimus mittaa tutkittavaa ilmiötä tai sen ominaisuutta. (Tilastokeskus.) Esimerkiksi työssäni halutaan tutkia kiinalaista liiketapakulttuuria, tulisi validiteetin tarkastelussa katsoa, tuoko tutkimusongelmani tai kerätyt vastaukset haastatteluista vastausta haettuun aiheeseeni. Tutkimus tulee olla kattava ja oikein toteutettu, jotta se on pätevä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tulee ottaa huomioon se, että se ei voi olla koskaan täysin luotettava, sillä validiteettiin vaikuttavat monet eri asiat. (KUVIO 3.) (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2018.)

Reliabiliteetti viittaa työn johdonmukaisuuteen, täsmällisyyteen ja tarkkuuteen. Tutkimuksessa reliabiliteetti näkyy muun muassa siinä, saadaanko toistuvissa mittauksissa samat tulokset. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2018.)

Työni validiteettia ja reliabiliteettia lisää se, että valitsemani haastateltavat henkilöt työskentelevät eri aloilla. Tämä antaa kattavan kuvan kiinalaisesta liiketapakulttuurista monesta näkökantista. Haastateltavani olivat kaikki suomalaisia, mikä auttoi vertaamaan kiinalaista ja suomalaista liiketapakulttuuria keskenään ja huomaamaan maiden keskeisiä kulttuuri eroja. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa myös se, että osa haastattelukysymyksistäni olivat melko laajoja, jonka vuoksi haastateltavat saattoivat lähestyä asiaa eri näkökulmista. Kuitenkin koen, että kysymysten laajuus mahdollisti sen, että haastateltavat pystyivät tuomaan omaa pohdintaa aiheesta esille ja kertomaan esimerkkien avulla omia kokemuksiansa asioista.

Tutkimuksessa tulee ottaa huomioon, että Kiina on iso maa, missä tavat voi vaihdella eri osissa Kiinaa ja kulttuuri muovautuu jatkuvasti. Tämän vuoksi kaiken kattavaa kuvaa Kiinan kulttuurista on haastavaa saada, joka olisi yleispätevä ja toimiva kaikkialla Kiinassa. Myöskin väestön ikäjakauma voi vaikuttaa kulttuurin ilmentymiseen.



KUVIO 3. TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS (Kajaanin ammattikorkeakoulu, 2018.)

Kuvio 3. kuvaa eri osia tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa ulkoisesta ja sisäisesti. Ulkoinen validiteetti kuvion mukaan on henkilöotos, mikä työssä voi tarkoittaa haastateltavia ja heidän valitsemista. Sisäiseen validiteettiin kuuluu mittaustilanne, esimerkiksi haastattelun ajankohta ja haastateltavan orientaatio. Mittarin validiteetin arvioimiseen kuuluu käsitesisältökriteeri ja erottelukonvergenssikonteksti.

Mittarin reliabiliteetilla tutkitaan mittarin tarkkuutta, objektiivisuutta, yhdenmukaisuutta ja ilmiön jatkuvuutta. Jotta tutkimus on mahdollisimman luotettava, tulee validiteettia ja reliabiliteettia tarkkailla koko tutkimuksen näkökannalta tutkimusaineiston hankinnasta, analysointiin ja aineiston raportoimiseen asti. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2018.)

5 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä osiossa käyn läpi haastattelujen vastausten tulokset. Ensimmäisessä luvussa esittelen haastateltavat henkilöt. Seuraavassa luvussa käydään läpi saadut vastaukset kysymys kerrallaan. Käytän työssäni suoria lainauksia haastateltavilta, sekä tiivistän vastauksia omin sanoin. Haastattelujen suoritusajankohta oli syys-lokakuun välinen aika ja haastattelujen kesto vaihteli noin 10 minuutista noin 1,5 tuntiin. Yksi kuudesta haastattelusta toteutettiin sähköpostin välityksellä.

Haastateltavat saivat halutessaan tutustua kysymyksiini ennen haastatteluani. Haastateltavistani kolme halusivat kysymykset ennakkoon itselleen. Haastattelu toteutettiin avoimena haastatteluna ja halutessaan haastateltavat saivat esittää tarkempia kysymyksiä minulle.

5.1 Haastateltavien esittely

Aloitin haastateltavien etsimisen syyskuussa 2018. Etsin haastateltavia sähköpostitse ja laitoin usealle henkilölle viestiä, kenellä tiesin löytyvän kokemusta kiinalaisesta liiketapakulttuurista. Halusin haastateltaviksi myös henkilöitä, jotka ovat tällä hetkellä Kiinassa töissä, sillä koen, että näin sain reaaliaikaisinta tietoa Kiinan liiketapakulttuurista. Kyselin myös lähipiiriltäni tietoa mahdollisista henkilöistä, joita voisin haastatella työhöni. Lopulta sain syyskuun aikana haastateltua kahta henkilöä ja loput haastattelut pidin lokakuun aikana. Tässä luvussa esittelen työhöni valitut haastateltavat tarkemmin.

Pyysin jokaisen haastattelun alussa haastateltavaa esittelemään itsensä. Esittelyssä pyrin selvittämään haastateltavan nimen, yrityksen nimen, joissa henkilö työskentelee, työnkuvan, ja kuinka pitkä kokemus haastateltavalla on kiinalaisesta liiketapakulttuurista. Sain myös viideltä haastateltavalta luvan käyttää työssäni heidän nimeä. Neljä haastateltavaa antoivat luvan käyttää myös yrityksen nimeä, missä he työskentelevät tai ovat työskennelleet.

Ensimmäiseksi haastattelin työhöni Johanna Heikkistä. Johanna Heikkinen omistaa yrityksen Fortunefalls. Yritys on toiminut jo 9 vuotta. Fortunefalls on yritys, jonka päämäärä on auttaa muita Suomalaisia yrityksiä pääsemään Kiinan markkinoille ja auttamaan myös suomalaisia yrityksiä Kiinan markkinoilla. Johannalla itsellään on yli 15 vuotta kokemusta Kiinan liiketapakulttuurista ja 20 vuotta siitä, kun on ensimmäistä kertaa asunut Kiinassa vaihto-opiskellessaan.

Seuraava haastateltavani oli Annika Puro-Aho. Annika työskentelee Hopea Puro Oy:ssa toimitusjohtajana ja Tehos Oy:ssa hallituksen puheenjohtajana ja johtavana assistenttina. Tehos Oy tarjoaa yrityksille ratkaisuja tuotannon ja logistiikan tehostamiseen sekä projektien johtamiseen ja Hopea Puro Oy puolestaan on korujen maahantuojana ja tukkuliike. Annikan ensikokemus Kiinasta on myöskin tullut hänen vaihto-opiskelu aikanaan noin 10 vuotta sitten.

Tämän jälkeen haastattelin opinnäytetyöhöni Kristian Katilaista. Kristian työskentelee AAVI Technologies Oy:ssä, joka on ilmanpuhdistusyritys. Hän toimii yrityksessä projekti-insinöörinä. Kristian on toiminut kiinalaisten kanssa noin puolitoista vuotta, asuen osan ajasta Kiinassa.

Neljäs haastateltavani on Mathias Nylund. Tällä hetkellä Mathias työskentelee Centria-ammattikorkeakoulussa. Hän on toiminut Kiinassa pääsääntöisesti vuosina 2005–2009 ja nykyään satunnaisesti. Kiinassa työskennellessään hän oli valkokankaita valmistavassa yrityksessä Kingpin screensissä toimitusjohtajana ja tehtaanjohtajana. Lisäksi Mathias työskenteli Hongkongissa Royal Asia nimisessä yrityksessä. Tämän lisäksi Mathias järjestää nykyään osa-aikaisesti Kiinaan matkoja, toimii suomalaisten ja kiinalaisten yritysten välillä tulkkina ja on kirjoittanut kirjan kiinalaisesta kulttuurista. Mathias kertoo, että hänellä on noin 12–13 vuoden kokemus kiinalaisesta liiketapakulttuurista.

Viides haastateltavani halusi pysyä opinnäytetyössäni anonyyminä. Hänellä on alle vuoden kokemus kiinalaisesta liike-elämästä ja hän työskentelee yrityksessä englanninkielenopettajana, opettaen 3–6 vuotiaille kiinalaisille lapsille englanninkieltä. Käytän haastateltavasta nimeä Haastateltava X työssäni.

Kuudes haastateltavani on Else Urpelainen. Else työskentelee Shanghaissa hotellissa. Hänen vastuullaan on hinnoittelu, markkina-analyysit, markkinatilanteen hyödyntäminen ulkoisten partnereiden kanssa ja sen lisäksi hänen vastuullaan on hotellin myypalvelun johtaminen. Hän on työskennellyt tehtävässään puoli vuotta, mutta hotellille on tehnyt töitä vajaan kaksi vuotta.

5.2 Yritysten välinen viestintä

Tässä kappaleessani kerron tiivistetysti vastaukset, joita sain haastateltaviltani tutkimusongelmaan. Pyrin vastauksissa tuomaan esille keskeisimmät yhtäläisyydet ja eroavaisuudet, joita keräsin haastateltaviltani.

Ensimmäisessä kysymyksessäni koskien kiinalaista liiketapakulttuuria kysyin haastateltaviltani, mikä on heidän mielestä paras tapa lähestyä kiinalaista yritystä. Kysymykseen tuli laajasti vastauksia haastateltavilta. Johanna Heikkinen kertoi, että hyvä tapa tutustua kiinalaista yritystä on edelleen tänä päivänä kaupalliset messut, sillä messuilla pääsee tutustumaan vastapuoleen. Tämän lisäksi Johanna Heikkinen mainitsee hyviä verkkosivustoja, muun muassa Alibaban, mistä yritys voi löytää tavarantoimittajia ja tehtaita suoraan itselleen. Heikkinen kertoo myös, että suomalaisen yrityksen tulee tutustua ennakkoon kiinalaiseen yritykseen ennen yhteydenottoa.

... eli perus taustojen tarkastus ihan jo senkin takia et tarkastaa onko yritys ihan oikeasti olemassa ja onko se lainvoimainen yritys ja onko ne noudattanu kaikkia niitä kiinalaisia lakeja ja maksanu kaikki lakisääteiset velvoitteet ja toisaalta sit taas se, että onko muilla yrityksillä jotain pahoja kokemuksia yrityksestä et se on tänä päivänä kyl hyvä tiedonlähde. (Johanna Heikkinen, 2018)

Annika Puro-Aho kokee, että paras tapa lähestyä kiinalaista yritystä on henkilökohtainen tapaaminen. Mathias Nylund puolestaan kokee, että paras tapa lähestyä kiinalaista yritystä on lähettää sähköpostia englannin kielellä. Mathias Nylund kokee, että englanninkielellä saa enemmän huomiota kuin kiinankielellä. Hänen mielestään kiinalaiset ovat kohteliaampia, kun he tiedostavat vastapuolen olevan ulkomaalainen. Kristian Katilainen puolestaan kokee parhaaksi tavaksi lähestyä kiinalaista yritystä kohteliaisuudella. Kristian Katilainen kertoo, että alussa tulisi keskittyä ystävyysuhteen luomiseen ja hauskanpitoon vastapuolen kanssa, ennen kuin mennään puhumaan virallisista asioista. Haastateltava X koki, että paras tapa lähestyä kiinalaista yritystä on silloin kun sinulle löytyy suosittelija. Hän kokee, että kiinalaiset luottavat perheeseensä ja ystäviinsä, joten lähestyminen lähipiirin suosittelijan kautta on helppointa. Else Urpelainen kertoo, että paras tapa lähestyä kiinalaista yritystä, riippuu yrityksestä suuruudesta. Mitä isompi yritys, sitä virallisempi lähestymistapa. Isoihin yrityksiin hän suosittelee soittoa tai sähköpostia, pienempiin ja paikallisiin yrityksiin voi olla yhteyksissä kiinalaisen sovelluksen, Wechatin kautta.

Saatujen vastausten perusteella voidaankin todeta, että ei ole vain yhtä oikeaa tapaa lähestyä kiinalaista yritystä. Lähes jokainen vastaajista antoivat eri vastauksen heille esitettyyn kysymykseen. Hyviä keinoja lähestymiseen mainittiin messut, verkkosivustot yrityksille, yritykseen tutustuminen ennakolta, kohteliaisuus ja suhteen luominen, wechat-sovellus, sekä suosittelijan avulla. Myöskin sähköpostin lähettäminen englannin kielellä koettiin hyväksi tavaksi lähestyä kiinalaista yritystä. Saatujen vastausten perusteella, voidaan sanoa, että kiinalaiseen yritykseen lähestyminen voi onnistua monella eri tavalla.

Toisessa kysymyksessäni pyrin selvittämään, millä kielelle haastateltavat asioivat liiketapaamisissa. Haastateltavani suosivat englanninkielen, sekä kiinan kielen käyttöä. Myöskin yksi haastateltavistani suosi tulkin käyttöä. Johanna Heikkinen kertoo, että hän käyttää kiinaa, sekä englantia liiketapaamisilla. Kun keskustellaan tarkemmista yksityiskohdista tai sopimuksista, käyttää hän silloin vain englanninkieltä, sillä hän ei halua, että sopimuksissa voidaan käyttää hyväksi sitä, että hän ei puhu äidinkielenään kiinaa. Annika Puro-Aho ja Urpilainen kertoo, että kiinaa on hyvä käyttää, mikäli henkilö osaa puhua kiinaa, sillä se herättää vastapuolella arvostusta. Turvallisinta on kuitenkin asioida englanniksi. Haastateltavistani Mathias Nylund oli ainoa, joka osaa puhua kiinaa sujuvasti ja hän kertoo, että tapaamisilla hän puhuu kiinaksi, sillä se herättää vastapuolella huomiota ja näin hän sai hyvää kohtelua myös vastapuolelta.

...niin tottakai mä pystyn puhuun kiinaa heti, koska ne näki että mä oon ulkomaalainen ja seki silloin se herättää sen huomioon ja jaa ja ja sen kautta niinku saa hyvää kohtelua. (Nylund, 2018)

Kristian Katilainen kertoo suosivansa tulkkia asioidessaan kiinalaisen vastapuolen kanssa, niin että hän itse puhuu englanninkielellä ja tulkki kääntää asiat kiinaksi vastapuolelle.

Asioidessa kiinalaisen yrityksen kanssa on vastausten perusteella suositeltavaa käyttää englanninkieltä tai vaihtoehtoisesti tulkkia. Mikäli henkilö osaa puhua kiinaa, on se kiinankielen käyttö suositeltavaa, sillä se auttaa suhteiden luomisessa kiinalaisten kanssa. Vastausten perusteella voidaan myös todeta, että sopimusta tehdessä tulee suosia englannin kieltä, ellei osaa puhua sujuvaa kiinaa. Näin sopimuksen teko ei ole epäselvää tai suomalainen yritys ei ole alakynnessä sopimuksessa. Tulkin käyttö on suositeltavaa, mikäli yritysten välinen viestintä ei suju englanniksi.

5.3 Ennakointi

Seuraavaksi haastateltavilta kysyttiin, kuinka liiketapaamisiin tulisi varautua ennakkoon. Sain haastateltaviltani laajat vastaukset kysymykseeni. Johanna Heikkinen kertoo, että hän varautuu tapaamisiin lähettämällä kiinalaiselle vastapuolelle rungon tapaamisen kulusta. Hän ilmoittaa ennakkoon kiinalaisella vastapuolelle syyn tapaamiselle, tapaamisen tavoitteet, tapaamisen odotukset ja mistä tapaamisilla keskustellaan. Johanna Heikkinen kertoo, että ensimmäisellä tapaamisella tutustutaan vastapuoleen ja luodaan luottamusta puolin ja toisin. Annika Puro-Aho kertoo vastauksessaan, että suomalaisen yrityksen tulisi ottaa selville kiinalaista tapakulttuuria ennakkoon. Mathias Nylund kertoo, että tapaamisiin voidaan varautua lahjoilla ja käyntikorteilla. Kristian Katilainen puolestaan kertoo, että etukäteen varautuminen on tapauskohtaista ja etukäteisvalmisteluja tehdään, mikäli tilanne niitä vaatii. Haastateltava X kertoo, että on hyvä selvittää yrityksestään kaikki mahdollinen etukäteen ja huomioida, että myös kiinalainen vastapuoli tekee saman. Myöskin myöhästymisen ei ole suotavaa ensimmäisellä tapaamisella. Urpilainen suosittelee yritykseen ja henkilöön tutustumista ennakkoon.

...homework, olet tehnyt sen hyvin ja oot lukuun siitä yrityksestä, heistä ja hänestä jotain niin se luottamus ja tämmönen toimiva suhde siihen partneriin on helpompi rakentaa sen pohjalta. (Else Urpelainen, 2018)

Haastattelun perusteella voidaan sanoa, että liiketapaamisiin kannattaa varautua ennakolta. Suomalainen yritys voi halutessaan lähettää rungon liiketapaamisen kulusta kiinalaiselle yritykselle, jotta itse liiketapaaminen sujuu hyvin ja vastapuolet ovat saaneet kerättyä tarvittavat tiedot tapaamiseen. Tapaamisiin voi myös varautua hoitamalla liikelahjan ja käyntikortin kuntoon. On tärkeää, että liiketapaamisiin varaudutaan myös tutustumalla ennakkoon kiinalaiseen liiketapakulttuuriin. Varautuminen auttaa liiketapaamisen sujumiseen ja yhteistyön kannalta on tärkeää, että esimerkiksi suomalainen yritys osaa toimia toisen maan liiketapakulttuurin huomioon ottaen. Suomalaisen yrityksen tulee myös ottaa selvää vastapuolen yrityksestä ja mahdollisista yhteistyökumppanista. Näin vältetään tilanteilta missä suomalainen yritys sekaantuu toimimaan kiinalaisen valeyrietyksen kanssa.

5.4 Liiketapaamiset

Seuraava haastattelukysymykseni oli selvittää, kuinka pitkiä liiketapaamiset yleensä ovat ja missä ne käydään. Johanna Heikkinen kertoo, että liiketapaamisen pituus voi vaihdella paljon riippuen, kuinka paljon yrityksellä on esimerkiksi ennakkotietoa yrityksestä valmiina. Tapaamisten paikka voi myös

vaihdella kahvilasta toimistoon. Tapaamisen pituuteen liittyy monet asiat, muun muassa kuinka paljon yritys haluaa myydä tai ostaa vastapuolen tuotteita. Haastateltavista kolme kertovat, että tapaamisiin yleensä sisältyy lounas tai illallinen ja tapaamisilla pyritään kaupankäynnin lisäksi tutustumaan ja seurustelemaan vastapuolen kanssa. Yleensä tapaamisia pidetään pidempinä kuin länsimaissa, mutta Johanna Heikkinen kertoo, että tähänkin on tullut muutosta viime vuosina.

... kaupankäyntikulttuuri on silleen muuttunu et tehään myös silleen vaan sitä kauppaa tavaroista rahalla, eikä vaan et sun ensin täytyy tulla mielettömän hyvät ystävyysuhteet, vaikka toki ihmissuhteen luominen on tärkeää, mutta sitä ajankäyttöä on ruvettu arvostaan eri tavalla. (Johanna Heikkinen, 2018)

Annika Puro-Aho kertoo, että hän Hopeapurossa käy kaikki tapaamiset asiakkaan tai tavarantoimittajan tiloissa. Mathias Nylund kertoo, että hän suosii tapaamisia asiakkaan tiloihin, jotta voi varmistua, että yritys on olemassa. Tämän lisäksi hän suosii neutraaleja ympäristöjä kuten hotelleja tai ravintoloita.

...niin ja minä ainakin yritin käydä, jos mahdollista, niin mä kävin heidän luona, jotta mä näkisin että se on aito yritys ja et ne on olemassa. (Mathias Nylund, 2018)

Kristian Katilainen kertoo, että tapaamiset voivat olla pitkiä riippuen siitä kenen kanssa ne käydään. Asiakkaiden kassa tapaamiset voivat olla pidempiä kuin omistajien kanssa. Tapaamisiin kuuluu vastapuolen kanssa lounastaminen. Haastateltava X kertoo, että tapaamiset käydään yrityksissä. Else Urpelainen kertoo omasta kokemuksestaan, että liiketapaamiset kestävät yleensä 2–3 tuntia.

Sain jälleen laajoja vastauksia ja vastausten perusteella voidaan todeta, että pituus voi vaihdella riippuen tapaamisen tavoitteista ja yrityksestä. Perinteisesti liiketapaamisia kiinalaisten kanssa voidaan pitää pidempinä mitä länsimaissa ollaan totuttu, mutta haastateltavani toivat esille, että halutessaan kiinalaiset voivat olla nopeita ja tehokkaita ja vaativat samaa myös vastapuolelta. Haastateltavin suosivat tapaamispaikaksi neutraaleja ympäristöjä kuten hotelleja tai ravintoloita. Tapaamisiin voi kuulua lounastaminen vastapuolen kanssa. Myöskin tapaamiset yrityksen tiloissa sekä alihankkijoiden tilassa ovat mahdollisia.

5.5 Käyntikortit

Seuraavaksi haastateltavilta tiedusteltiin käyntikorttien tärkeydestä. Jokainen haastateltava tiedosti, että käyntikortteja pidetään edelleen tärkeänä osana kiinalaista liiketapakulttuuria ja että käyntikortteja edelleen jaetaan, mutta vastauksissa oli myös eroavaisuutta. Johanna Heikkinen kokee käyntikortit tärkeäksi muun muassa messuilla, mutta suosii Wechat-sovelluksen käyttöä. Heikkinen kokee, että Wechat korvaa käyntikortin. Loput haastateltavistani pitävät käyntikortteja tärkeinä. Mathias Nylund kertoo, että käyntikortit ovat tärkeitä vanhanliiton johtajille. Kristian Katilainen, Else Urpelainen ja haastateltava X painottaa, että on tärkeää vastaanottaa käyntikortti kunnioittavasti molemmin käsin ja ojentaa käyntikortti samalla tavalla.

Ne on aika tärkeä on,merkki se on just sen takia että ne täytyy aika tosissaan ottaa tutkia niitä et en oo huomannu tämän homman kanssa et kaksin käsin täytyy ottaa se vastaan ja arvostaa sitä käyntikorttia ja vaikkakin ite sinänsä kaikki ymmärrä siitä mun käyntikortista mitään, mutta ehkä tota enemmän se et sitte ne kumminki vastaanottaa sen tärkeesti, määkin voin sitten antaa sen sillee arvokkaasti. (Kristian Katilainen, 2018)

Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että Kiinassa arvostetaan edelleen huolella valmistettuja käyntikortteja. Kaksi haastateltavaani kertoivat, että käyntikortin sisältö ei ole ainoa asia, mikä kiinalaisille on tärkeää. On myös huomioitava, miten käyntikortti vastaanotetaan ja annetaan. Myöskin yksi haastateltavistani toi esille kiinassa suosittun matkapuhelinsovelluksen Wechatin, mikä ajaa käyntikortin asemaa nykypäivänä.

5.6 Pukukoodi

Seuraavaksi haastateltavilta kysyttiin, kuinka liiketapaamisiin tulee pukeutua. Haastateltavillani oli selkeä linja siitä, kuinka pukeutuminen tulisi noudattaa tiettyjä rajoja, mutta että pukeutuminen on liiketapaamisilla rentoa, eikä virheitä voi tehdä, mikäli pukeutuu asiallisesti. Naisille hameet sekä housut käyvät liiketapaamisiin ja miehille siistit vaatteet. Johanna Heikkinen kertoo, että mikäli tapaamisella on korkeampi arvoista väkeä muun muassa johtajia tai puoluejohtoa, mitä tarvitaan virallisissa sopimuksissa, niin miesten tulisi käyttää kravattia. Mathias Nylund kokee, että tapaamisiin voi pukeutua, miten haluaa sillä kiinalaiset ovat itsekin pukeutumisen suhteen rentoja ja eivät vaadi vastapuolelta pukeutumisen suhteen tiukkoja sääntöjä.

Mut mut sitten noi jos on ulkomaalainen niin niin nii sanotaan vähän näin, että sä oot kuitenkin erinlainen. Niin että se että onko sulla niinku erilaiset vaatteet, koska monet se on kulttuurissa. (Mathias Nylund, 2018)

Annika Puro-Aho suosii tummaa pukua sekä naisille, että miehille liiketapaamisiin. Kristian Katilainen kokee, että riittää kun pukeutuu siististi ja asiallisesti tapaamisiin. Haastateltava X suosii konservatiivista ja vaatimatonta pukeutumista liiketapaamisiin. Else Urpelainen kertoo, että pukeutuminen riippuu alasta. Hotellialalla tulee pukeutua siististi, vaikka vastapuoli tulisi farkuissa tapaamiseen. Johtajat käyttävät pukua tapaamisilla.

Jokainen haastateltava oli samaa mieltä keskenänsä siitä, että pukeutuminen on melko vapaata liiketapaamisissakin. Pukeutuminen Kiinassa on joustavaa, eikä miesten tarvitse esimerkiksi pitää kaikilla tapaamisilla kravattia tai pukua. Siistit toimistovaatteet käyvät yleensä liiketapaamisiin. Naisten tulisi muistaa pukeutumisessa säädyllisyys, ja he voivat suosia vapaasti hametta tai housuja. Virallisissa tapaamisissa missä on esimerkiksi suuria yritysjohtajia, tulee miettiä pukeutumista tarkemmin ja miesten on suotavaa käyttää pukua ja kravattia.

5.7 Kiinalainen johtaja

Seuraavaksi halusin selvittää haastateltaviltani, millaista johtajaa kiinalaiset arvostavat. Haastateltavat kertoivat eri piirteitä, siitä millainen johtaja on kiinassa arvostettu työntekijöiden puolesta. Annika Puro-Aho kokee, että hyvä johtaja on kiinassa autoritäärinen ja oman arvonsa tunteva. Johanna Heikkinen kokee puolestaan, että hyvä johtaja on sellainen, joka välittää työntekijästään ja pitää huolen siitä, että työntekijä onnistuu annetusta tehtävästä ja että työntekijällä on riittävät resurssit työn tekemiseen. Molemmat haastateltavat toivat esille, että autoritäärinen johtajuus on kiinassa arvostettavaa.

...johtaja on sellanen hahmo, joka oletetaan et osaa tehdä päätökset oikein ja joka oletetaan et on tilaneteen tasalla ja johtaa koko yritystä niin että kaikilla on työt turvattu ja et näin päin, että kiinalainen johtaja on hyvinki sillai autoritäärinen ja hyvin tietonen hierarkia tasosta ja pitää kiinni siitä, että hänellä on päätöksenteko-oikeus. (Johanna Heikkinen, 2018)

Mathias Nylundin mielestä Kiinassa arvostetaan nopeaa ja tehokasta johtajaa.

Nopea johtaja, niin että tosiaan niinku tekee jotain. Kiinalaiset ovat ovat todella tehokkaita. Et siellä tapahtuu ja ja että osaa tehdä jotain, ettei vaan puhutua ja puhuta. (Mathias Nylund, 2018)

Kristian Katilainen uskoo, että kiinalaiset arvostavat asiantuntevaa johtajaa. Hän kertoo, että kiinalaiset työntekijät kysyvät tarkasti ohjeet johtajalta ennen työntekoa, sillä eivät halua tehdä virheitä. Haastateltava X puolestaan uskoo, että hyvänä johtajana pidetään henkilöä, jolla on hyvä itsetunto ja kuka tietää työntekijänsä vahvuudet, sekä heikkoudet. Hyvä johtaja osaa myös käsitellä konflikteja ja rakentaa luottamuksen työntekijöidensä kanssa. Else Urpelainen uskoo, että johtajaa arvostetaan, mikäli johtajalla on kokemusta tai tietotaitoa. Nuorempi sukupolvi arvostaa hänen mukaansa suorapuheisuutta ja rehellisyyttä, kun taas vanhempi sukupolvi ei niinkään.

Haastateltavani kertovat kiinalaisten arvostavan autoritääristä johtajaa, joka osaa asiansa. Hyvä johtaja myös pitää huolen omista alaisistaan ja antaa työntekijöilleen tarkat työnkuvat ja ohjeet työntekoon. Johtajilla on suuri vastuu ja vastausten perusteella voidaan sanoa, että hierakia näkyy liike-elämässä johtajan kunnioittamisena. Alaiset ovat useasti samaa mieltä johtajan kanssa ja johtajaan luotetaan.

5.8 Kasvojen menetys

Seuraavaksi kysyin haastateltaviltani, miten ”kasvojen menetys” voi ilmetä yritysmaailmassa. Haastateltavani olivat yksimielisiä siitä, että kasvojen menetys on kiinalaisille kunnian menetystä, mitä tulee vältellä parhaan mukaan. Kasvojen menetys voi ilmetä yritysmaailmassa monin eri keinoin. Johanna Heikkinen kertoo haastattelussaan, että konkreettisesti kasvojen menetyksen pelko voi näkyä työpaikoilla vastuun välttelemisellä, sekä niin, että virheen sattuessa pyritään etsimään virheelle syyllistä. Mikäli syyllinen löydetään, menettää tämä kasvonsa ja saa kuulla kollegoiltaan ivaasi asiasta. Pahimmillaan kasvojen menetys voi johtaa kiinassa työpaikasta irtisanoutumiseen. Annika Puro-Aho kertoo, että kasvojen menettämisen jälkeen on vaikea enää jatkaa kommunikaatiota vastapuolen kanssa. Mathias Nylund kokee, että kasvojen menetyksen pelko näkyy yritysmaailmassa tarkoissa hierarkioissa ja työntekijöiden vastuualueissa. Mathias Nylund antaa esimerkin omasta elämästään vastaukseen.

... esimerkiksi kun mä kävin monesti niin niin jossain niinku markkinoilla ja mä ostin jotain osia tai jotain jotain materiaaleja, niin jos mä sitten ite taksilla takaisin ja mä kannoin niinku kasseja tai jotain tavaraa, nii se toimitusjohtaja tuli juosten ulos. Hänelle se ois ollu niinku kasvojen menetystä se että, että ulkomaalainen johtaja kantaa tavaraa ja hän seisoo vieressä. (Mathias Nylund, 2018)

Kristian Katilainen kertoo, että Kiinassa virhe on tekijälleen kallis; mikäli työntekijä tekee työt hyvin hän saa paljon rahaa, mikäli työntekijä tekee virheen, hän ei saa enää elämässään töitä. Tämä ilmiö johtaa virheiden pelkäämiseen. Kristian Katilainen sanoo, että konkurssi aiheuttaa yrityksen johtajalle kasvojen menetyksen, ja tämän jälkeen mikään yritys ei tee enää yhteistyönä henkilön kanssa. Haastateltava X kertoo, että kasvojen menetys voi aiheutua henkilölle, mikäli auktoriteettia kyseenalaistetaan. Myöskin toisen keskeyttäminen ja päälle puhuminen johtaa kasvojen menettämiseen. Else Urpelainen kertoo, että kasvojen menettämisen pelko näkyy siinä, että palautetta ei tule antaa muiden henkilöiden edessä. Myöskään johtajia ei tule kyseenalaistaa.

Pitää suljettuun tilaan mennä yhden tiiminjäsenen kans ja se tulee sillai kiertäen kertoa, et nyt ei ihan menny niinku haluttiin, tämä asia. (Else Urpelainen, 2018)

Haastateltavat kertoivat, että Kiinassa Kasvojen menetyksen pelko näkyy monella eri tavalla. Haastateltavien antoivat tähän paljon myös omia esimerkkejä. Kasvojen menetys näkyy vastuun välttelyllä ja virheiden pelkäämisellä. Virheille pyritään löytämään yksi syyllinen ja pahimmillaan syyllinen irtisanoo itsensä, sillä on menettänyt kollegoidensa edessä kunnian. Myöskään johtajaa ei kritisoida julkisesti. Vastausten perusteella voidaan vetää johtopäätös, että kasvojen menettäminen ohjaa vahvasti kiinalaisten tapaa toimia yritysmaailmassa edelleen.

5.9 Päätösten teko

Seuraava kysymys haastateltavilleni oli, millaisia päätöksentekijöitä kiinalaiset ovat. Sain laajoja ja eriäviä vastauksia haastateltaviltani. Haastateltavistani Kristian Katilainen oli sitä mieltä, että tunteet vaikuttavat päätöksentekoon enemmän kuin järki ja päätökset tehdään usein vasta viime hetkillä. Johanna Heikkinen puolestaan kertoo, että kiinassa löytyy päätöksentekijöitä useaan eri lähtöön. Päätökseen voi vaikuttaa asianomaisen tunteet, raha, hyöty ja suhteet. Päätöksiä voidaan harkita pitkään, mutta myöskin nopeat päätökset ovat yleisiä. Annika Puro-Aho kokee, että päätöksentekijöitä on monenlaisia ja hän

kokee, että suomalaisten ja kiinalaisten ajattelu ja logiikka eroavat merkittävästi keskenään. Mathias Nylund kokee puolestaan, että kiinalaiset ovat nopeita ja tehokkaita päätöksentekijöitä, jotka tekevät päätöksen järjellä, eikä tunteella.

...kiinalaiset ovat todella tehokkaita. Et siellä tapahtuu ja ja saadaan tehtyä, ettei vaan puhuta ja puhuta. (Mathias Nylund, 2018)

Else Urpelainen kokee, että päätöksentekijöitä on erilaisia. Päätökset tehdään vaihtoehtoisesti nopeasti, ilman suurempaa pohdintaa tai selkeää logiikkaa. Hän kokee, että nuorempi sukupolvi tekee nopeita päätöksiä mitkä ovat loogisempia. Haastateltava X kokee puolestaan kiinalaiset hitaina ja varovaisina päätöksentekijöinä.

Hitaita. Kiinalaiset haluavat tutustua liikekumppaneihin ennen päätöksen tekemistä. Ulkomaalaiset yritykset saattavat joutua tekemään muutaman liikematkan kiinaan ennekuin mitään tapahtuu. Kiinalaiset eivät yleensä sano ei, koska välttävät konflikteja ja pitääkin muistaa, että jos kiinalainen sanoo ”kyllä” se saattaa vain tarkoittaa, että sinua kuunnellaan. (Haastateltava X, 2018)

Jokainen haastateltavani vastasi oman henkilökohtaisen kokemuksensa mukaan. Vastausten perusteella voidaan sanoa, että kiinalaisten joukossa löytyy erilaisia päätöksentekijöitä. Osa haastateltavistani kehui kiinalaisia nopeiksi ja tehokkaiksi päätöksentekijöiksi, jotka tekevät päätökset perustuen järkeen, kun taas osa haastateltavani kertoivat omasta kokemuksestaan juuri päinvastaista. Voidaan sanoa, että päätöksentekijöitä on erilaisia, kuten on ihmisiäkin.

5.10 Hierarkia

Tämän jälkeen tiedustelin haastateltaviltani, miten hierarkia näkyy kiinalaisessa liiketapakulttuurissa. Haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että hierarkia tulee monin eri tavoin esille. Haastateltava X antaa käytännön esimerkin, että vanhinta henkilöä tulisi kätellä ensimmäiseksi. Kristian Katilainen kertoo, että organisaatorakenne on vahva. Hän, Else Urpelainen sekä Annika Puro-Aho mainitsivat, että Kiinassa on tärkeää, että saman arvoiset henkilöt asioivat liiketapaamisilla keskenään. Esimerkiksi johtajat kommunikoivat toistensa kanssa. Mikäli suomalainen yritys lähettää tapaamiseen eriarvoisen työntekijän,

voi kommunikointi loppua. Johanna Heikkinen mainitsee, että hierarkia näkyy myös johtajan kunnioituksena ja siinä, että johtajan kanssa pyritään olla yhtä mieltä asioista.

Sit on sellasiiki et on jo avoin yrityskulttuuri et niitten työntekijöidenki sanomisia arvos-tetaan, mutta tallai perinteikkäästi on sillee et johtaja annetaan puhua ja kaikki muut on samaa mieltä. (Johanna Heikkinen, 2018)

Hierarkia näkyy myös istumajärjestyksessä niin, että johtaja istuu keskellä ja häntä vastapäätä istuu vas-tapuolen johtaja. Nylund kertoo, että hierarkia näkyy myös tavasta toimia. Esimerkiksi yrityksen johta-jan ei tule hoitaa alaisten töitä tai esimerkiksi ajaa huonolla autolla.

...mut mut sitte mun ihan viime vaihtoehto, jos mä en löytänyt ketään, nii semmonen to-della vanha ruosteinen pakettiauto ja se joskus herätti vähän huomiota, jos ulkomaalainen toimitusjohtaja tuli niinku vanhassa pakettiautossa. (Mathias Nylund, 2018)

Saatujen vastausten perusteella hierarkian ilmeneminen näkyy liiketapaamisilla monin eri keinoin. Hie-rarkia ilmenee johtajan kunnioittamisella ja puoltamisella, kuin myös tarkoilla istumapaikoilla. Hierar-kiaa kunnioitetaan Kiinassa ja työntekijöillä on vahva organisaatorakenne yrityksessä. Johtajan kanssa tulee olla julkisesti samaa mieltä. Myöskin tasa-arvoisessa asemassa olevat henkilöt asioivat keskenään. Mikäli johtaja juttelee alempiarvoisen työntekijän kanssa, ei sitä katsota hyvällä.

5.11 Naisten rooli liike-elämässä

Seuraavaksi kysyin haastateltaviltani naisten roolista kiinalaisessa liiketapakulttuurissa. Jokainen vas-taajistani, joka vastasi kysymykseen, oli yhtä mieltä siitä, että naisilla on hyvä asema kiinalaisessa liike-elämässä ja haastateltavani Johanna Heikkinen ja Mathias Nylund mainitsivat myös sen, että naiset ovat Kiinassa hyviä kaupankävijöitä Annika Puro-Aho kertoo, että Kiinassa nainen voi olla yrityksen johtaja, siinä missä mieskin. Kristian Katilainen kertoo, että hänen alalla naisten rooli on suuri ja jopa suurempi kuin Suomessa. Else Urpelainen kokee, että Kiinassa naisia kunnioitetaan liike-elämässä.

Vastausten perusteella voidaan sanoa, että Kiinassa naisten asema on hyvä liike-elämässä. Kaksi haastateltavaa kehuivat kiinalaisten naisten taitoja käydä kauppaa ja kertovat että nainen voi olla yrityksen johtaja siinä missä mieskin. Vastaajani kertovat, että naisella ei ole lasikattoa liike-elämässä. Naisia myöskin arvostetaan liike-elämässä.

5.12 Liikelahjat

Tämän jälkeen tiedustelin haastateltaviltani liikelahjoista ja niiden tärkeydestä kiinalaisille yritysmaailmassa. Liikelahjoja pidetään tärkeänä osoituksena kunnioituksesta ja siksi niitä on kohteliasta vaihtaa kiinalaisen yrityksen kanssa. Annika Puro-Aholla ei ollut liikelahjoista kokemusta, joten hän ei vastannut niihin liittyviin kysymyksiin. Myöskään Kristian Katilaisella ei ollut henkilökohtaista kokemusta liikelahjoista. Hän kertoo, että mikäli yritys, missä hän itse työskentelee, tapaa emoyhtiön, voidaan pieniä lahjoja antaa.

Johanna Heikkinen ja haastateltava X kertovat, että liikelahjat annetaan yleensä ensimmäisellä tapaamisella. Nylund ja Heikkinen sanovat, että liikelahjoihin on hyvä sisällyttää tarina ja kertoa lahjan tarkoitusta. Haastateltava X, kokee että liikelahjojen tulisi olla arvoltaan maksimissaan 30 €:n suuruisia. Liian kallista liikelahjaa pidetään Kiinassa vastapuolen lahjontana. Hyvinä liikelahjoina Johanna Heikkinen mainitsee muun muassa suomalaisia erityisyyksiä, kuten lakkahillon, joulupiparit. Kulusta ja punaista on hyvä suosia pakkauksessa hänen mukaan. Myöskin Suomalainen design on hyvä liikelahja, mutta lahjasta tulee kertoa vastapuolelle, miksi se on valittu ja mitä se lahja merkitsee antajalle. Johanna Heikkinen mainitsee hyväksi liikelahjaksi myös lahjan mikä on suunnattu vastapuolen mahdolliselle lapselle. Mathias Nylund kertoo, että käytännön esimerkki hyvästä liikelahjasta voi olla esimerkiksi Suomesta Finlaysonia tai Marimekkoa yhdistettynä tarinaan. Muita esimerkkejä suositusta liikelahjasta Nylund mainitsee kalastusuistimen tai esimerkiksi Polarin syke kellon. Tärkeintä lahjassa on Nylundin mielestä se, että lahjan saaja osaa yhdistää sen laatuun.

...Ja monet, ne ostaa kaikista kalliimman ollakseen varmoja, että, koska siinä on niinku kans vähän näitä niinku kasvoja. Kukaan ei, sitten kukaan ei voi sanoa, että tuo on huono. (Mathias Nylund, 2018)

Haastateltava X kertoo, että liikelahjoissa tulee välttää numeroa neljä, sillä se on epäonnenumero, koska se ääntyy samalla tavalla, kuin kuolema. Näin ollen tulee välttää antamasta neljää kappaletta lahjoja tai mitään missä ilmenee numero neljä. Numero kahdeksan on puolestaan onnen ja vaurauden numero, mitä tulee suosia. Else Urpelainen kertoo, että hänen alallaan liikelahjoja ei katsota hyvällä. Partnerille voidaan tarjota tapaamisella lounas tai illallinen, mutta erillistä lahjaa ei tulisi hankkia.

Liikelahjat ovat tärkeä osa kiinalaista liiketapakulttuuria ja lahjoja voidaan vaihtaa vastapuolen kanssa jo ensitapaamisilla. Haastateltavani antoivat monta esimerkkiä liikelahjaan ja painottivat lahjan sisällön tärkeyttä. Lahjan saajalle tulee kertoa, miksi kyseinen lahja annetaan ja mitä lahja symboloi. Suosittuna liikelahjana pidetään haastateltavien keskuudessa suomalaisia tuotteita. Liikelahjojen ei tule olla liian hintavia, jotta ei aseta vastapuolta kiusalliseen tilanteeseen. Kaikilla aloilla liikelahjoja ei vaihdeta, joten tämä tulee ottaa huomioon asioidessa kiinalaisten kollegoiden kanssa.

5.13 Liikelounaat ja illanvietto

Kysyin tämän jälkeen haastateltaviltani, kuinka suuri merkitys epävirallisilla tapaamisilla on. Haastateltavistani osa kertoivat, että epävirallisilla tapaamisilla on suuri merkitys suhteiden luontiin. Johanna Heikkinen kokee tärkeäksi, että vastapuolet tulevat toimeen keskenään, jotta myös kaupankäynti sujuu. Hän sanoo, että vastapuolen tulee olla tietoinen, miten yhteistyö hyödyttää kiinalaista osapuolta. Annika Puro-Aho kokee suhteet myöskin tärkeäksi yhteistyön kannalta.

Kiinalaisille henkilökohtainen suhde on kauheen tärkeä. Et kyl kaikki tämmönen kasvotusten tapaaminen ja ajanvietto edesauttaa sitte. (Annika Puro-Aho, 2018)

Else Urpelainen kertoo, että epävirallisilla tapaamisilla on iso merkitys suhteiden luomisen kannalta. Mathias Nylund kertoo, omasta henkilökohtaisesta kokemuksestaan, että tapaamiset ovat olleet vain virallisia. Hän pohtii vastauksessaan, että epäviralliset tapaamiset voivat olla kiinalaisten keskinäinen asia, eivätkä vastapuolet välttämättä viihdy aidosti toistensa seurassa vapaa-ajalla. Kristian Katilainen puolestaan on sitä mieltä, että epäviralliset tapaamiset ovat tärkeitä yritysten suhteiden kannalta. Hän kertoo, että tapaamiset ovat muodollisia ja voivat olla myös illanisännän arvon kohotusta.

Onhan se aika tärkeää. Sen huomaa just näissä palavereissa, että ne saattaa käydä aika kuumana toistensa kanssa ja huutavat kurkku suorana ja näin. Sit ku tulee lounas kyseeseen tai illallinen nii sit ollaan ku parhaita kavereita. Se tuntuu et se on vähän niinku niiden tapa et ne unohtaa sen palaverin ja asiat ja pystyy asioimaan toisilleen mukavasti. (Kristian Katilainen, 2018)

Epävirallisten tapaamisten merkitys riippui vastaajan omakohtaisesta kokemuksesta. Voidaan sanoa, että epävirallisilla tapaamisilla on edelleen merkitystä suhteen luomisen kannalta, mutta myös kiinalaiset arvostavat vapaa-aikaansa ja näin ollen epävirallisten tapaamisten merkitys voi olla niukentumassa tulevaisuudessa. Suhteiden tärkeys on edelleen suuri liike-elämän onnistumisen kannalta. Mikäli kiinalainen yritys kutsuu sinut esimerkiksi lounaalle, on epäkohteliasta kieltäytyä. Mikäli henkilösuhteet ovat hyvät, onnistuu liiketoimintakin paremmin.

Seuraavaksi kysyin haastateltaviltani, mitkä ovat hyvät keskustelunaiheet liikelounailla. Hyvinä keskustelunaiheina haastateltavat pitivät Kiinaan liittyviä aiheita. Annika Puro-Aho mainitsee, että suomalainen voi esimerkiksi puhua Kiinasta ja sen suuruudesta. Johanna Heikkinen kokee, että hyviä puheenaiheita ovat muun muassa kiinalainen keittiö ja tai mahdollisesti osapuolten lapset. Haastateltavat kertoivat, että keskustelun aiheet tulee pitää positiivisena. Johanna Heikkinen ja Kristian Katilainen mainitsevat myös, että kiinalaiset ovat kiinnostuneita kuulemaan Suomesta ja näin ollen myös Suomi on hyvä keskustelunaihe liikelounailla. Else Urpelainen suosii epävirallista keskustelua. Keskustelun aiheena voi olla yleisesti alaan liittyvät asiat, mutta ei meneillään olevat työasiat. Else Urpelainen ja Heikkinen kertovat, että henkilökohtaisista, kuten perhesuhteista voidaan puhua, mikäli kumppani on tarpeeksi tuttu. Haastateltava X uskoo, että keskustelun sisällön tulee olla ammattimaisella tasolla.

Haastateltavani mainitsivat yleisesti huonoksi puheenaiheeksi Kiinan politiikan ja uskonnon. Nylund kertoo, että tulisi välttää onnettomuuksista ja sairauksista keskustelua. Urpelainen kertoo, että keskustelussa tulisi välttää puhumista työasioista, mikäli niissä on ollut hankaluuksia osapuolten välillä. Hyvinä keskustelunaiheina pidetään Kiinaa ja Suomea ja maiden ominaispiirteitä. Keskustelulla tulisi välttää kiinan politiikkaa tai uskonnoista puhumista. Keskustelun sisältö tulee pitää positiivisena.

5.14 Liiketapakulttuurien vertailu

Seuraava kysymykseni koski suomalaisen liiketapakulttuurin ja kiinalaisen liiketapakulttuurin eroja toisiinsa nähden. Selvitin haastateltavilta tämän lisäksi myös, mitkä seikat yhdistävät maiden liiketapakulttuuria. Haastateltavani antoivat laajoja vastauksia eri näkökulmasta mietittyinä. Johanna Heikkinen kokee, että samanlaisia piirteitä suomalaisen ja kiinalaisen yritystapakulttuurin välillä on maiden vaatimattomuus ja hillitsevyys, mikä edesauttaa maiden keskinäistä kulttuurintörmäämistä. Myöskin yhdistävänä asiana hän mainitsee kommunikoinnissa suoruuden. Hän kokee, että kiinalaiset kommunikoivat nykyään suuremmin mitä aikaisemmin on totuttu. Myöskin Mathias Nylund mainitsee kommunikoinnin suoruuden ja nopeuden kulttuurien yhdistävänä tekijänä. Else Urpelainen kokee, että Suomen ja Kiinan liiketapakulttuuria yhdistää tehokkuus ja luotettavuus. Annika Puro-Aho mainitsee vastauksessaan maiden liike-elämän yhdistävänä tekijänä naisten vahvan ja tasa-arvoisen aseman.

Maiden välisiin eroavaisuuksiin haastateltavani antoivat myöskin laajoja vastauksia. Urpilainen kertoo, että kiinalaiset eivät ole yhtä suorapuheisia mitä Suomessa. Hän kokee, että perinteisesti kiinalaiset eivät ole hyviä ongelmanratkaisijoita. Myöskin liiketapaamisissa puhutaan epävirallisista asioista, kun taas suomessa liike-elämä on asiakaskeistä.

Jos tavataan bisneksen yhteydessä, nii silloin puhutaan siitä bisneksestä. Täällä voidaan tavata montaki kertaa, eikä jutella itse liiketoiminnasta mitään. (Else Urpelainen, 2018)

Annika Puro-Aho mainitsee eroavaisuudeksi alkoholiin suhtautumisen ja ruokakulttuurin. Annika Puro-Aho kokee, että yrityksen tulisi tarkastella miten kiinalainen yhteistyökumppani suhtautuu alkoholin käyttöön. Hän tuo myöskin esille, sen kun kiinalainen liikekumppani tulee suomeen vierailulle, tulisi kiinalaisella olla mahdollisuus myös kiinalaiseen ruokaan kohteliaisuuden vuoksi, sillä maiden ruokakulttuuri on hyvin erilaista. Johanna Heikkinen näkee, että maiden liiketapakulttuurissa on paljon eroavaisuutta. Hän mainitsee aikakäsityksen. Suomalaiset suunnittelevat tapaamiset viikkoja aikaisemmin, kun taas Kiinassa tapaamiset voidaan sopia tapaaminen samalle päivälle. Kiinalaiset myös, Johanna Heikkisen mukaan, menettävät nopeasti mielenkiinnon, mikäli heille ei toimita tarpeeksi nopeasti tarvittavaa tietoa. Myöskin rahaliikenne voi aiheuttaa turhaa selvitystä. Hän kertoo, että suomalaiset tulevat kiinaan tarkkojen suunnitelmien ja aikataulujen kanssa, eivätkä varaudu siihen, että aikataulut voivat muuttua moneen kertaan, mikä puolestaan aiheuttaa suomalaisissa hämmennystä. Kristian Katilainen pohtii, maiden eroja ja kertoo että Kiinassa työntekijä raportoi johtajalleen joka päivä työnkulusta. Mathias Nylund kokee, että suuria eroja ei löydy maiden väliltä.

Haastateltavani kertoivat suomalaisen ja kiinalaisen liiketapakulttuurin sisältävän yhtäläisyyksiä, sekä eroavaisuuksia. Haastateltavani kertoivat, että mailla on paljon yhtäläisyyksiä liiketapakulttuurin välillä. Yhtäläisinä piirteitä voidaan pitää naisten hyvää asemaa liike-elämässä, kommunikoinnin suoruutta, sekä yleistä vaatimattomuutta ja rehellisyyttä. Eroavaisuutena mainittiin alkoholiin suhtautuminen, erilainen aikakäsitys, erilainen ajattelutapa, sekä johtajan rooli yrityksessä. Haastateltavani antoivat vastauksiin omakohtaisia kokemuksia, minkä vuoksi osa vastauksista olivat hyvin erilaisia.

5.15 Haasteet

Kysyin haastateltaviltani, mitä he pitävät suurimpana haasteena maiden välisessä kommunikoinnissa. Vastajaani olivat yhtä mieltä siitä, että kieli aiheuttaa vaikeuksia kommunikointiin. Annika Puro-Aho kertoo, että kommunikoinnin lisäksi ongelmia aiheuttaa se, että suomalaiset eivät perehdy kiinalaiseen liiketapakulttuuriin riittävästi.

Kiinalaiset on aika huonoja englannissa ja suomalaiset aika huonoja kiinassa. ja suomalaiset ei oo yhtään niinku ottanu selvää siitä, miten Kiinassa pitäis käyttäytyä esim se on kauheen loukkaavaa, jos teepannun nokan laittaa osottaan jotain suoraan tai nainen nauraa nii et hampaat näkyy ja jotain tämmösii yksittäisiä asioita mitä me ei olla varmistettu mitkä asiat on kulttuurissa loukkaavia. (Annika Puro-Aho, 2018)

Johanna Heikkinen kokee haasteeksi kommunikointiin sen, että kiinalainen vastapuoli ei suosi kommunikoinnissa sähköpostia, vaan kommunikointi tapahtuu pitkälti WeChatin kautta. Hän kertoo, että sovelluksella voidaan lähettää ja vastaanottaa myös dokumentteja ja on suoraviivaisempi väline kiinassa kommunikointiin. Mathias Nylund kokee myös, että kommunikointi tuottaa maiden välillä vaikeuksia. Mikäli yritys palkkaa itsellensä kiinalaisen tulkin, tulkilla tulisi olla yhteinen päämäärä yrityksen kanssa ja tulkin tulisi olla luotettava henkilö. Mathias Nylund tuo lisäksi esille mahdolliset ennakkoluulot, joita suomalaisella voi olla kiinalaisesta kollegasta, mikä voi pahimmillaan johtaa vastapuolen aliarvioimiseen liike-elämässä. Hän kertoo myös, että alkoholi voi aiheuttaa ongelmia, mikäli alkoholin käytön yhteydessä suomalainen osapuoli menettää kasvonsa ja näin ollen voi menettää neuvotteluasemansa. Else Urpelainen kertoo, että haasteita suomalaiselle lisää myöskin erinäisten tittleiden oikeaoppinen käyttö, puhutellessa kiinalaista vastapuolta. Myöskin hierarkian huomioiminen voi olla suomalaiselle haastavaa

Maiden keskinäisen kommunikoinnin haasteeksi todettiin kielimuuri, sekä kiinalaisen kulttuurin tietämättömyys. Voidaan todeta, että jotta kommunikointi on sujuvaa, tulisi yrityksen olla tutustunut maan liiketapakulttuuriin ennakoita ja asioida englanniksi tai tulkin avulla. Haastattelussa tuli myös ilmi, että suomalaiset voivat käyttäytyä ylimielisesti ja jopa aliarvioiden kiinalaista yritystä, mikä ei edesauta maiden keskinäistä kommunikointia tai yhteistyötä. Haasteita tuottaa myös eri sähköisten kanavien käyttö.

5.16 Yritystapakulttuuri tulevaisuudessa

Viimeisessä kysymyksessäni halusin selvittää haastateltaviltani, miten he kokevat kiinalaiset yritystapakulttuurin muovautuvan tulevaisuudessa. Kysyin haastateltaviltani tarkentavana kysymyksenä siitä, että kokevatko he, että kulttuuri on muuttumassa länsimaisempaan suuntaan, mitä aikaisemmin. Haastateltavani pohtivat asiaa eri näkökulmista. Johanna Heikkinen kokee, että yritystapakulttuuri tulee poimimaan itselleen parhaita käytäntöjä länsimaalaisesta liiketapakulttuurista, mutta tulee jatkossakin pitämään kiinni omista erityispiirteistään. Hän myös uskoo, että Kiina vahvistaa omaa otettaan kansainvälisillä markkinoilla. Hän näkee, että tulevaisuudessa asiat hoidetaan mahdollisesti enemmän mobiilisti, mikä pakottaa myös suomalaiset toimimaan nopeammin ja muuttamaan viestintätapojansa. Myöskin henkilösuhteiden rooli voi pienentyä Johanna Heikkisen mukaan tulevaisuudessa. Hän näkee, että Kiinassa siirrytään henkilökohtaisesta yhteistyöstä enemmän asiapainotteiseen yhteistyöhön. Tämän lisäksi hän pohtii, että kaupankäynti tapahtuu tulevaisuudessa enemmän sähköisesti ilman minkäänlaista henkilökohtaista kommunikointia. Else Urpelainen näkee, että liiketapakulttuuri on muovautumassa avoimempaan suuntaan. Hän sanoo, että Kiinassa nuoret ovat suorapuheisempia ja eivät pelkää niin paljon kasvojen menettämistä. Vastauksessaan hän tuo myös ilmi, että valtion rooli on suuri kansainvälistymisen kannalta, ja valtio voi halutessaan rajoittaa kansainvälistymistä. Myös Mathias Nylund kokee, että yritystapakulttuuri muovautuu länsimaalaiseen suuntaan. Hän kertoo, että Kiina säilyttää myös omat erityispiirteensä eikä koe tarpeelliseksi mukautua länsimaalaiseen kulttuuriin. Mathias Nylund painottaa, että kiinalaiset ovat samanlaisia, kuin kuka tahansa, vaikka media haluaakin painottaa kiinalaisten erilaisuuksia ja luoda maasta mystistä kuvaa.

... ne tuntee että ei heidän tarvi niinku mukautua täysin, koska jos ne on, jos ne on on niinku kärki. Et ne ymmärtää sen, että on maailmassa on. Kyllä ne mukautuu siihen, mut ei nii että ne sitte niinku alistuu sataprosenttisesti mihinkään enää. (Mathias Nylund, 2018)

Annika Puro-Aho vastaa kysymykseen, että kulttuuri muovautuu länsimaalaiseen suuntaan, mutta ottaa myös esille sen, että Kiina ei ole muuttamassa omaa kulttuuriansa vaan suomalaisten tulisi ottaa jatkossakin maan kulttuurin erikoispiirteet huomioon.

...on se ehdottomasti länsimaalaistumassa mutta meidän suomalaisten kannattaa ajatella ehkä sitä et heitä on miljardi ja meitä on viis miljoonaa et kyl se menee niin päin että me omaksutaan heidän tapansa koska kiinalainen voi todeta että ei ole kiinnostunut asioimaan ton kans jos ei ota mun kulttuuria huomioon. (Annika Puro-Aho, 2018)

Kristian Katilainen uskoo, että mikäli rakenteet muuttuvat ja uusia johtajia tulee, voi työskentelytapa muuttua vapaammaksi. Myöskin työpäivien pituus lähestyy länsimaalaista työpäivää. Hän uskoo, että liiketapakulttuuri lähenee länsimaista liiketapakulttuuria, mutta ei ole koskaan täysin samanlainen.

Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että kiinalainen liiketapakulttuuri pitää kiinni omasta tapakulttuuristaan, mutta tulevat myös poimimaan länsimaisesta liiketapakulttuurista parhaat palat itselleen. Haastateltavat pohtivat myös henkilösuhteiden merkitystä tulevaisuudessa. Vastausten perusteella henkilösuhteiden rooli tulee mahdollisesti pienenemään liike-elämässä ja liike-elämä muuttuu asiasuhteiseksi.

Asiantuntijahaastatteluista saadut vastaukset olivat laajoja ja keskenään erilaisia. Asiantuntijat kertoivat oman elämänsä esimerkkejä työhönsä, mikä mielestäni oli tärkeää työni sisällön kannalta. Asiantuntijat myöskin työskentelivät eri aloilla, ja eri aloilla on erilaisia käytäntöjä. Asiantuntijat antoivat useaan kysymykseeni erilaisen vastauksen, mutta myöskin selkeitä yhtäläisyyksiä löytyi. Tutkimus käsittelee kiinalaista yritystapakulttuuria ja voidaan todeta, että yksiselitteistä kaiken kattavaa selitystä ei vastauksiin löydy. Tutkimuksen myötä on helpompi saada kokonaiskuvaa yritystapakulttuurista, mutta kuten haastateltavanikin totesivat, kulttuuri muovautuu jatkuvasti ja muovautumiseen voi vaikuttaa useat eri tekijät.

5.17 Muistilista Kiinassa toimimiseen

Kuten tutkimuksessa selvisi, suomalaisen yrityksen tulee ottaa monta asiaa huomioon ennen aloittamista yhteistyötä kiinalaisen yrityksen kanssa ja jo toimiessaan kiinalaisen yrityksen kanssa. Kuten työssäni

on useasti tuotu esille, kulttuurilla voidaan selittää käyttäytymismalleina, arvoina ja tapoina ja kulttuuritietämys on välttämätöntä, jotta yritys voi menestyä ja toimia parhaalla mahdollisella tavalla Kiinan markkinoilla. Loppuun olen koonnut muistilistan, jota suomalainen yritys voi hyödyntää toimiessaan kiinalaisten kanssa. Kuten tutkimuksessakin tuotiin esille, yhtä oikeaa tapaa toimimiseen Kiinan markkinoilla ei ole, mutta tutkimuksesta saaduilla vastauksilla voi yritys löytää uuden näkökannan tai toimintatavan yritykselleen. Seuraavassa kuviossa (TAULUKKO 1) on koottuna muistilista, mikä on tehty tutkimuksesta kerättyjen vastausten perusteella.

TAULUKKO 1. Muistilista suomalaiselle yritykselle Kiinassa toimimiseen.

Muistilista suomalaiselle yritykselle Kiinaan	
Ennakointi	Tutustu kiinalaiseen kulttuuriin ja sen erikoispiirteisiin, tutustu yritykseen ja sen toimintaan, päivitä käyntikortti kuntoon, sekä valitse sopiva liikelahja
Lähestyminen	Lähesty sähköpostilla, Wechatilla, suosittelijan avulla, messuilla, verkkosivuston avulla
Kommunikointi	Asiointikieli englanti, mikäli kiinan kieli ei ole sujuvaa. Mahdollinen tulkki tapaamisille.
Liiketapaamiset	Voivat olla pidempiä kuin Suomessa, varaa siis aikaa tapaamisiin
Käyntikortit	Käyntikortit ovat edelleen arvostettuja Kiinassa, mutta myös Wechat ajaa samaa asiaa
Pukukoodi	Asiallinen pukeutuminen suositeltavaa, mutta pukeutuminen liike-elämässä joustavaa
Liikelahjat	Vältä liian kallista lahjaa, ojenna lahja oikein ja kerro lahjan sisällöstä tarkemmin lahjan saajalle
Liikelounaat, illanvietto	Tärkeä osa suhteen luomisen kannalta, keskustelu vapaampaa, kuin virallisilla tapaamisilla
Kasvojen menetys	Kasvojen menetystä tulee välttää, joten älä kritisoi vastapuolta suoraan

Hierarkia	Näkyvät yritysmailmalla monin eri tavoin mm. istumapaikoissa, johtajan kunnioittamisena, sekä kommunikoinnissa
Naisen asema liike-elämässä	Naiset ja miehet ovat tasa-arvoisissa asemissa liike-elämässä

6 POHDINTA

Työni aiheena on selvittää, millainen on kiinalainen liiketapakulttuuri ja miten se eroaa länsimaisesta liiketapakulttuurista. Työssäni ei ole toimeksiantajaa, vaan se on kirjoitettu suomalaisille yrityksille, jotka ovat kiinnostuneet aloittamaan Kiinassa liiketoimintaa eri aloilla.

Valitsin työni aiheeksi kiinalaisen liiketapakulttuurin, sillä kiinalainen kulttuuri kiinnosti minua ja useat suomalaiset yritykset käyvät tänä päivänä kauppaa kiinalaisen yrityksen kanssa. Olen itse asunut kolme kuukautta Shanghaissa vaihto-opiskelujeni aikana ja asuessani sain huomata, että kulttuurieroavaisuudet olivat suuret verrattuna Suomeen. Koin aiheeni mielenkiintoiseksi ja halusin toteuttaa tutkimuksen haastattelemalla ihmisiä, joille aihe olisi tuttu.

Opinnäytetyön aloittaminen viivästyi syksyille 2018. Tiukan aikataulun vuoksi opinnäytetyö valmistui alle neljässä kuukaudessa. Kirjallisuutta aiheesta oli ajoittain vaikea löytää, mutta lopulta löysin kirjoja, joista sain laajasti tietoa aiheesta. Luotettavien internetlähteiden löytäminen oli ajoittain haastavaa, ja koin että useassa lähteessä liioitellaan kiinalaisten erilaisuutta tai tieto on osittain jopa vanhentunutta. Lopulta päädyin käyttämään työssäni sekä kirja-, että internetlähteitä tasapuolisesti.

Mielestäni onnistuin saamaan työlleni hyviä haastateltavia. Suurin osa heistä, joita kutsuin työhöni haastateltavaksi, lähti mukaan. Keräsin haastateltavat tuttavieni avulla, jotka osasivat suositella minulle oikeita henkilöitä työhöni. Haastateltavat kertoivat avoimesti omia henkilökohtaisia kokemuksiaan ja käytännön esimerkkejä, mikä mielestäni lisää työn arvoa. Haastateltavat olivat myös erialoilta, mikä antaa laajan kuvan alasta riippumatta liiketapakulttuurista.

Haastattelut tukivat työni teoriaosuutta. Haastattelut toteutettiin liitteissä olevan haastattelulomakkeen mukaan. Haastattelukysymykset olivat avoimia ja haastattelussa tutkija, sekä haastateltava, saivat halutessaan esittää tarkentavia kysymyksiä toisilleen. En halunnut ohjata haastateltaviani liian tarkoilla kysymyksillä ja koin parhaaksi jättää kysymykset laajoiksi ja avoimiksi. Mikäli kysymykset olisivat olleet tarkempia, olisi mahdollisesti tutkimuksen tuloskin ollut tarkempi. Kysymysten laajuus toi esille, että haastateltavat saattoivat tulkita kysymykset eri tavalla. Haastateltavillani oli kuitenkin paljon eroavia mielipiteitä ajoittain, joten koin paremmaksi, että haastattelukysymykset olivat laajoja, jotta halutessaan vastauksia sai perustella. Tutkimukseen kertyi laajasti materiaalia, mutta tutkimustulokset pyrittiin rajaamaan tiiviiksi kokonaisuudeksi.

Koen onnistuneeni opinnäytetyössäni vastaamaan tutkimusongelmaani. Koen myös, että sain rajattua aiheen tarpeeksi tiiviiksi paketiksi, missä on työni kannalta keskeisemmät asiat. Uskon, että työni muodostaa yhtenäisen kokonaisuuden.

Opinnäytetyöni lukemista voin suositella yritykselle, joka aloittaa toimintaansa Kiinassa tai toimii jo Kiinan markkinoilla. Uskon, että työstäni saa selkeän kokonaiskuvan liiketapakulttuurin pääpiirteistä ja erityispiirteistä. Yritys voi saada näkökulmia ja ohjeita kommunikointiin. Työssäni on myös laajasta ideoita, miten kiinalaista yritystä tulisi lähestyä.

LÄHTEET

Bailey, A., Knapp, R., Neville-Hadley, P., Roberts J.A.G, Steinhardt N. 2007. Kiina. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Chinanetverkosto. 2018. Työ- ja opiskelukulttuuri. Saatavissa: <https://www.chinetverkosto.fi/kiina-2/>. Viitattu 29.10.2018.

GBtimes, 2017. Perheen merkitys kiinalaisessa kulttuurissa. Saatavissa: <http://fi.gbti-mes.com/elama/perheen-merkitys-kiinalaisessa-kulttuurissa>. Viitattu 30.09.2018.

Globalis. 2016. Kiina. Saatavissa: <http://globalis.fi/Maat/Kiina>. Viitattu 1.9.2018.

Jauhiainen, H. 2018. Katsaus Kiinan taloustilanteeseen vuoden 2018 alussa. Saatavissa: <http://www.finland.cn/public/default.aspx?contentid=371953&nodeid=35178&contentlan=1&culture=fi-FI>. Viitattu 16.09.2018.

Jyväskylän yliopisto. 2015. Laadullinen tutkimus. Saatavissa <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>. Viitattu 4.10.2018.

Kaarevirta J, 2017. Blogi: Kiina heräsi velka- ja rahoitusmarkkinaongelmiinsa. Saatavissa: <https://www.eurojatalous.fi/fi/blogit/2017/kiina-herasi-velka-ja-rahoitusmarkkinaongelmiinsa/>. Viitattu 16.09.2018.

Kajaanin ammattikorkeakoulu. Luotettavuus. Saatavissa: <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnayte-tyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Luotettavuus?refreshTree=0&contentId=6311f696-3ebe-4ab2-9d95-6b9739294ecf#Validiteetti>. Viitattu 6.10.2018.

Kaivo-oja J, 2013 Kiinan talouskasvu ja Kiinan tuleva rooli maailmantaloudessa. Saatavissa: <https://intellectualtransitzone.wordpress.com/2013/04/21/kiinan-talouskasvu-ja-kiinan-tuleva-rooli-maailmantaloudessa/>. Viitattu 10.9.2018.

Kiina – Ennakkotietoa. Saatavissa: <http://www.chinese4.eu/docs/china/kiina-ennakkotietoa-fi.pdf>. Viitattu 13.09.2018.

Kiinan bisnesetiketti haltuun, SMT. Saatavissa: <https://www.smt.fi/smt-trends/kiinan-bisnesetiketti-haltuun>. Viitattu 21.09.2018.

Kokkonen Y, 2018 Tutkimus: Kiina on saamassa saasteet kuriin – "Hämmästyttävä saavutus" Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10114264>). Viitattu 24.09.2018.

- Koskinen, T. 2016 Kiinan kieli vai kiinan kielet? Saatavissa: <https://blogit.ulkoministerio.fi/kiina/kiinan-kieli-vai-kiinan-kielet/>. Viitattu 27.11.2018.
- Laamanen, A. 2014. Kungfutsen opit. Saatavissa <https://peda.net/p/Ari.Laamanen/e7lum/6-kiinan-uskonnot/kungfutselaisuus2/kungfutsen-opit> . Viitattu 11.09.2018.
- Linnankoski, N. 2015. Älä mokaa työmatkalla – liikematkailijan kulttuuriopas Kiinaan. Saatavissa: <http://www.rantapallo.fi/kulttuuri-nahtavyudet/ala-mokaa-tyomatalla-liikematkailijan-kulttuuriopas-kiinaan/>. Viitattu 11.9.2018.
- Lämsä, H. Keskeiset käsitteet. Saatavissa: https://www.edu.fi/kulttuuri-identiteetti_ja_kansainvalisyys/aikapolku/keskeiset_kasitteet Viitattu 20.09.2018.
- Maailman uskonnot. Opinto. verkkosivusto. Saatavissa <http://www.verkkopolku.net/view.php?asiakas=maailmanuskonnot&pageid=9>. Viitattu 13.09.2018.
- Myllyvirta, L. 2014. Savuinen kevät - Kiinan ilmansaasteet johtamassa kunnianhimoisiin CO2-vähennyksiin. Saatavissa: <http://ilmasto.org/kirjoitukset/savuinen-kevat-kiinan-ilmansaasteet-johtamassa-kunnianhimoisiin-co2-vahennyksiin>. Viitattu 03.09.2018.
- Morejohn, I. 2006. Matkailijan Kiina. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Palmu, M. 2018. Talousteemat 2018 - Kiina edelleen tulevaisuuden suuri mysteeri velkataakkansa vuoksi. Saatavissa: <https://www.inderes.fi/fi/talousteemat-2018-kiina-edelleen-tulevaisuuden-suuri-mysteeri-velkataakkansa-vuoksi>. Viitattu 13.9.2018.
- Paltemaa, L. & Vuori, A. 2012. Kiinan kansantasavallan historia. Tallinna. Kustannusosakeyhtiö Gaudemus Oy.
- Saraste, P. 2008. Laowai: Kiinalaista menoa. 2008 Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Karisto Oy.
- Tiede 2015. Ilmansaasteet tappavat yli kolme miljoonaa ihmistä vuodessa. Saatavissa: https://www.tiede.fi/artikkeli/uutiset/ilmansaasteet_tappavat_yli_kolme_miljoonaa_ihmista_vuodessa. Viitattu 24.09.18.
- Tilastokeskus. Käsitteet. Saatavissa: <https://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html>. Viitattu 4.9.2018.
- Timanttapolku – Buddhalaisuus, Buddhalaisuuden perusteita 2018. Saatavissa: <http://www.buddhalaisuus.fi/buddhalaisuuden-perusteita/>. Viitattu 11.09.2018.
- Tulli, 2017. Suomen ja Kiinan välinen kauppa vuonna 2017. Saatavissa: https://tulli.fi/tilastot/tilasto-julkaisu/-/asset_publisher/suomen-ja-kiinan-valinen-kauppa-vuonna-2017-1-7-. Viitattu 20.9.2018.
- Vanno. 2014. Liikelahja kiinalaiselle. Saatavissa: <https://www.vanno.fi/blog/liikelahja-kiinalaiselle>. Viitattu 15.09.2018 .

Wikikirjasto. 2015. Kulttuuriperintö ja identiteetti/Kulttuurin käsite. Saatavissa: https://fi.wikibooks.org/wiki/Kulttuuriperint%C3%B6_ja_identiteetti/Kulttuurin_k%C3%A4site. Viitattu 30.10.2018.

Xu, Y. 2017. Kuinka pärjätä kiinalaisessa työkulttuurissa? Saatavissa: <http://www.econetgroup.fi/uutiset/2017/10/03/kuinka-parjata-kiinalaisessa-tyokulttuurissa>. Viitattu 20.9.2018.

Ådahl, B. 2015. Vääntöä Kiinassa. Hongkong. Kustannusosakeyhtiö Asia One.

Haastattelukysymykset

Taustakysymykset

1. Mikä teidän nimenne on?
2. Missä yrityksessä työskentelette?
3. Mikä on teidän työnkuvanne työssäsi?
4. Saako nimeäsi tai yrityksen nimeä käyttää opinnäytetyössäni?
5. Kuinka pitkä kokemus sinulla on kiinalaisesta liiketapakulttuurista?

Yritysten välinen viestintä

6. Mikä on teidän mielestänne paras tapa lähestyä kiinalaista yritystä?
7. Millä kielellä asioitte liiketapaamisissa?
8. Kuinka varauduttu liiketapaamisiin?
9. Kuinka pitkiä liiketapaamiset yleensä ovat ja missä ne käydään?
10. Kuinka tärkeänä käyntikortteja pidetään liiketapaamisilla?
11. Kuinka liiketapaamisiin tulee pukeutua?

Johtaminen

12. Millaista johtajaa kiinalaiset arvostavat?
13. Miten ”kasvojen menetys” voi ilmetä yritysmaailmassa?
14. Millaisia päätöksentekijöitä kiinalaiset ovat?
15. Kuinka hierarkia ilmenee liiketapaamisilla?
16. Kuinka suuri rooli naisilla on kiinalaisessa liiketapakulttuurissa?

Liikelahjat

17. Milloin on sopivaa antaa liikelahja?
18. Minkä arvoisia liikelahjat yleensä ovat?
19. Onko teillä antaa käytännön esimerkkiä hyvästi liikelahjasta?

Liikelounat ja illanvietto

20. Kuinka suuri merkitys epävirallisilla tapaamisilla on?
21. Mitkä ovat hyvät keskustelunaiheet liikelounailla?
22. Mitä keskustelun aiheita tulisi välttää liikelounailla?

Suomalainen liiketapakulttuurin ja kiinalaisen liiketapakulttuurin vertailu

23. Mitkä ovat mielestänne suurimmat erot suomalaisessa liiketapakulttuurissa verrattuna kiinalaiseen liiketapakulttuuriin?
24. Mitkä seikat yhdistävät maiden liiketapakulttuuria?
25. Mitkä ovat suurimmat haasteet maiden keskinäisessä kommunikoinnissa?
26. Kuinka näette kiinalaisen yritystapakulttuurin muovautuvan tulevaisuudessa?