

**ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА СОГЛАСНО ТРАКТАТУ СУНЬ-ЦЗЫ
«ИСКУССТВО О ВОЙНЕ»
DOING BUSINESS ACCORDING TO «THE ART OF WAR» BY SUN ZU**

Аннотация: В статье рассматривается проблема ведения успешного бизнеса в Китае. Эта работа является актуальной на сегодняшний день, так как бизнес создает благоприятные условия для функционирования общества и развития международных взаимоотношений. Изучение искусства управления крупными компаниями с опорой на положения из военного учения создает сильную теоретическую и культурную базу. Статья содержит наиболее важные положения «Искусства о войне», благодаря которым можно проследить специфику национального характера.

Ключевые слова: Сунь-цзы; искусство войны; бизнес; Китай; управление.

Abstract: This article is about providing successful business in China. Objective of this research is to uncover main features of business relations in China, according to «The art of War» by Sun Zu. It's important to learn about the art of administration of big companies with the help of thesis from military doctrine, to have rock solid theoretical and practical basis. Also, in this article you can find the most important theses from «The art of War», which can tell about the specific of Chinese national character. Scientific innovation of the article lies in studying business relations by using the ancient Chinese tractate. Experts in international relationships and communications may find this article useful and interesting.

Keywords: Sun Zu; The Art of War; business; China; administration.

Философское учение о сущности войны и способах её ведения появилось в китайском обществе в довольно ранний период, однако окончательно сформировалось только к XI веку, собрав в себе труды военных теоретиков, государственных деятелей, полководцев. К ним относятся «Искусство войны» Сунь-цзы, Лю Тао («Шесть планов») Цзян Цзыя, «Методы Сыма» Сыма Жанцзюй, «Вопросы и ответы между Тан Тайцзуном и Ли Вэйгуном» императора Тай-цзун и Ли Цзин и т. д. Военно-теоретическое мышление формировалось в высших кругах, когда во главе угла стоял вопрос о создании империи, которой можно управлять с помощью оружия и сил армии. Интересен тот факт, что труд Сунь-цзы отличался от трудов его предшественников и последователей. В его трактате чувствуется влияние конфуцианства, хотя, по сути, они развивались почти одновременно. В «Искусстве войны» можно проследить некое столкновение справед-

ливости, пришедшей из конфуцианства и отражающей концепции «Жэнь» (гуманность и человеколюбие) и «Ли» (этикет), и выгоды, достигаемой с помощью войны. В данном случае для Сунь-цзы центральным понятием и целью является победа в войне и получение желаемого. Одним из известнейших афоризмов является цитата *«Война – это великое дело для государства, это почва жизни и смерти, это путь существования и гибели. Это нужно понять.»* Хотелось бы обратить внимание на тот немаловажный факт, что автор учения о войне не считает войну и военные действия выходом и крайней необходимостью. Самая лучшая победа – это победа без боя, *«Сто раз сразиться и сто раз победить – это не лучшее из лучшего, лучшее из лучшего – покорить чужую армию, не сражаясь.»* Это показывает, что в каждом действии государя и полководца должны быть прагматизм, справедливость по отношению к воинам и своему народу, так как в любых конфликтах существуют свои риски и опасности [2].

Видя реальную картину мира, можно с уверенностью сказать, что на сегодняшний день многие компании придерживаются таких же принципов, как и в военном трактате. Менеджеры разных уровней стремятся не только развить в себе качества настоящего расчётливого полководца, но и обучиться навыкам эффективного ведения бизнеса, которые и принесут прибыль, и сохранят авторитет руководителя и лицо компании. Именно поэтому «Искусство о войне» можно трактовать как ключ к успеху и процветанию, что, несомненно, интересует многих управленцев в построении блестящей карьеры. Трактат изучают и в военных академиях, и в бизнес-школах. Многие принципы используют бизнесмены в управлении и при «подготовке почвы» для дальнейшего планомерного развития бизнеса [3, с. 89–90].

Бизнес в Китае является чем-то похожим на невидимую войну, два конкурента – это две армии, сотрудничество – это твой союзник, который будет рядом до тех пор, пока он будет извлекать какую-то выгоду из взаимоотношений. Примечательно то, что союзником может стать враг твоего врага [1, с. 122].

В книге Константина Ботанова «Нихао» не раз акцентируется внимание на том, что сотрудничество – это война. Битва сначала ведётся за свои интересы, затем может неожиданно стихнуть, но она никогда не закончится, так как вопрос, касающийся денег, является принципиальным. Важно всегда помнить, что китайцы не алчный народ, не те, кто пытается получить все деньги мира. По их мнению, деньги – это ресурс, который открывает перспективы не только обойти на повороте своего конкурента, но и быть лучше своего союзника. То есть это еще раз говорит о том, что в бизнесе не существует однопольчан, а само понятие заключить договор о сотрудничестве не означает пойти на мировую и завершить борьбу.

Именно эта простота и умение использовать все средства описывают китайцев и их уклад. Весь жизненный опыт народа зачастую опирается на древние знания, потому что, пока механизм работает, им будут пользоваться, как только он начнет давать сбои, тактика будет немедленно изменена, а также любые неудачи будут учитываться и искореняться. Они послужат новым источником знаний, чужие промахи тоже не исключение. Сильным сторонам в свою очередь будет уделяться как можно больше внимания, поскольку они являются движущей

силой в развитии крупной корпорации или среднего, малого предприятия, а также для производства качественных товаров и услуг. Таковы основы китайской культуры и менталитета, которые, бесспорно, легли в основу бизнес-учения, стратегического развития, планирования, идеологии и основных ценностей большинства китайских корпораций и фирм [1, с. 116–121].

Основной идеей является то, что владельцам-управленцам следует акцентировать внимание на сильных сторонах противника и попытаться подстроить свое поведение под поведение конкурента с целью дальнейшего превосходства. Самое главное на военном поприще – это победа еще до сражения. *«Кто еще до сражения побеждает предварительным расчетом, у того шансов много».* Искусство современного управления показывает, что залогом успеха являются выгодное сотрудничество, бизнес-разведка или использование шпионов, своевременность или скорость принятия решения, лидерские качества, конкуренция и рыночная доля [3, с. 95–104].

Ведение бизнеса в азиатских странах требует знания не только культурных особенностей представителей делового мира, но и их политики по отношению к конкурентам, их видение делового сотрудничества, способов ведения переговоров. Каждый неаккуратный шаг и поспешное решение противника принесут пользу и выгоду компании оппонента.

Дружеские партнерские отношения, взаимное уважение между директорами (менеджерами) не являются оплотом преданности, доверия.

Любой уважающий себя бизнесмен будет вести «войну», учитывая слабые стороны противника, такие как цена товара на рынке, спрос, инновационные технологии и инвестиционные потоки. То есть китайцы предпочитают изучать опыт других людей, делать соответствующие выводы и выстраивать правильные алгоритмы поведения при существующей ситуации.

Манипуляция людьми без морального ущерба, использование слабостей своих конкурентов являются важными направлениями древней мысли Китая. Без применения грубой силы бизнесмен способен сделать так, чтобы конкурент делал шаги, выгодные ему. Подобное поведение приравнивается к инструменту «мягкой силы», который характерен для взаимоотношений в бизнесе и политике на Востоке [1, с. 134–137]. Стратегическое мышление, косвенное давление – это наиболее актуальные методы, характерные для конкурентной борьбы в Китае. В главе «Полнота и пустота» приводится стратегема, характеризующая подобного рода поведение:

«Уметь заставить противника самого прийти – это значит заманить его выгодой; уметь не дать противнику пройти – это значит сдержать его вредом. Поэтому можно утомить противника, даже исполненного сил; можно заставить голодать даже сытого; можно сдвинуть с места даже прочно засевшего.» Хочу обратить внимание на то, что эта цитата иллюстрирует скорее пример умения находить рычаги давления и способность использовать в жизни физический принцип «всякому действию есть равное ему противодействие». Можно смело утверждать, что такой тип поведения действует повсеместно, а именно кто-то является ведущим, а кто-то ведомым, то есть, иными словами,

равноправия не существует, какими бы отношения ни казались демократичными [3, с. 133–138].

В большинстве случаев учтивость и улыбка будут скрывать за собой явные намерения «прощупать» характер. Очень интересно всегда наблюдать за ведением переговоров, китайские бизнесмены стараются максимально скрытно и ловко выведать нужную информацию, не прибегая к спорам и задаванию прямых вопросов, потому что это может выдать их планы. Одной из ярких особенностей беседы является стремление заставить о собеседника усомниться в своей правоте, из-за чего он будет сам открывать свои карты, пытаясь доказать свою точку зрения. В данной ситуации очень важен самоконтроль, негатив, раздражение, недовольство только усугубят положение. В деловой сфере проявление своих чувств может сыграть злую шутку, так как, по мнению китайцев, чувства ослабляют нас. Лучше учтиво улыбаться, чем проявлять свое негодование или, наоборот, дикий восторг. Зачастую при «выходе на рынок», где уже ведется явная борьба за рыночную долю и инвестирование, нужно уметь сочетать активность и пассивность, слабость и мощь, иногда подобный баланс интерпретируют как сочетание инь-ян. В рыночных взаимоотношениях есть большое количество камней преткновения, и, начиная серьезную «игру», нужно понимать, что занять определенную нишу на рынке без трудностей невозможно. Ситуация требует тщательного анализа, продукция постоянно должна улучшаться, действия должны быть динамичными, взвешенными и смелыми. Однако, как на войне, так и в бизнесе не бывает такого, что всегда побеждает кто-то один, иногда приходится отступить [1, с. 134–137]. Но любой менеджер знает, что любое отступление может быть маневром или наступлением, поскольку он еще не потерял «обоз», сохранил свою «армию», силы и ресурсы. *«Если знаешь противника и знаешь себя, сражайся хоть сто раз, опасности не будет; если знаешь себя, а его не знаешь, один раз победишь, другой раз потерпишь поражение; если не знаешь ни себя, ни его, каждый раз, когда будешь сражаться, будешь терпеть поражение»* [3, с. 116].

Итак, рассмотрим пример, когда появилась возможность плодотворного сотрудничества. Что необходимо сделать первым делом? Правильно, провести разведку, использовать шпионов в «тылу врага». Несомненно, в подобного рода действиях есть и опасность для репутации компании, но есть и лакомый кусочек, который можно использовать в своих интересах, например, выявить неблагодетельных партнеров и спасти свой капитал от краха, узнать истинные намерения предполагаемых союзников или понять, что данные, которые предоставляются вам, неполные или фальшивые. Для шпионажа можно использовать интернет-сеть, которая является кладезем рыночных исследований и публикаций в журналах, отчетов фирм и юридических документов о месте и времени регистрации, сфере деятельности, учредителях [1, с. 147]. Иным способом узнать информацию является использование людей. В трактате выделяется пять типов шпионов: местные, которые находятся ближе всего к конкуренту; внутренние, которые работают в фирме конкурента и крайне не удовлетворены чем-то; обратные шпионы, которые стали двойными агентами. И еще очень две интересные категории – это шпионы смерти и жизни, первые получают ложную информацию, сами

о том не зная, и выкладывают её, вторые, в свою очередь, стали работать на компанию конкурента, где не выдают себя, но докладывают необходимую информацию своему «государю». Такая великолепная и хитрая схема получения нужных сведений будет работать только в том случае, если управляющий знает все тонкости выстраивания отношений с людьми, знает как их убедить и в чем заинтересовать. Сунь-цзы сказал: *«Пользование шпионами – самое существенное на войне; это та опора, полагаясь на которую действует армия.»* Кто владеет информацией – тот владеет всем, кто умеет анализировать – тот может оценить свои силы и возможности, составить пазл из субъективных и объективных факторов [3, с. 189–193].

Приближаясь к концу своей статьи, я бы хотела уделить особое внимание тем людям, которые приняли решение вести войну в мире бизнеса, – это управляющие компаниями. Бизнес будет успешен в условиях доверия подчиненных своему руководителю, когда решения принимаются своевременно, когда действия слаженны и организованны, когда работники знают свои обязанности и выполняют их беспрекословно, в конечном итоге, когда движущая сила – это победа. Сильное руководство всегда заботится о своих подчиненных, координирует их действия и взаимодействует с ними напрямую во время совещаний. Действия китайских менеджеров-управленцев всегда определяются особой эффективностью и качеством. Сотрудник никогда не выйдет за рамки дедлайна: если ему положено завершить проект в определенный срок, то он сделает все возможное, чтобы предоставить его вовремя. В крупных компаниях всегда требуется подробная отчетность, что позволяет выявить слабые стороны. Хороший лидер всегда берет ответственность на себя за ошибки своих подчиненных, демонстрирует приверженность к развитию организации и поддержанию честных отношений между сотрудниками. *«Если обращаться с людьми великодушно, праведно и справедливо и вселять в них уверенность, солдаты будут едины в мыслях и будут счастливы служить полководцам»* [1, с. 291–292, 299; 3, с. 97, 179].

В заключение хочу привести пример успешной компании на китайском рынке и успешного руководителя, которые зарекомендовали себя не только среди партнеров, но и среди огромного числа покупателей. Это Alibaba Group, крупнейшая компания в сфере интернет-коммерции, и один из ее основателей Джек Ма. Он как поддерживает внутреннюю гармонию внутри огромной системы, так и активно развивает внешние связи компании. Джек Ма поддерживает коллективную работу, поощряет инициативу, обучает сотрудников, раскрывает потенциал компании на рынке. Все люди заинтересованы и мотивированы в достижении поставленных результатов. Alibaba Group удалось взять в свой состав такого гиганта, как самая известная китайская газета «China South Morning Post», и получить быстрый доступ к рекламодателям. Компания активно инвестирует в другие площадки онлайн-торговли, чтобы получить доступ к рынку Юго-Восточной Азии. Она занимается не только продажами, но и разработками транспортных беспилотных средств. Под эгидой Alibaba Group работают крупнейшая платежная онлайн-система, торговые платформы и сервисы. Успехи этой компа-

нии показывают, что бизнес в Китае может быть процветающим и удачным. Любая организация способна достичь кульминации, действуя беспристрастно и смело [3, с. 43–45, 117, 136–137].

Таким образом, перед тем как поставить точку, приведу одно мудрое выражение, популярное среди китайцев: «...пребывая в спокойствии, думай об опасности». Успех приходит с трудом, и, чтобы удержать его, нужно приложить еще больше усилий. Бизнес – это искусство выигрывать и проигрывать, ошибаться и извлекать урок.

Библиографический список

1. Ботанов, К. Как вести дела с китайскими партнерами. Нихао / К. Ботанов. – М. : Альпина паблишер, 2019. – 300 с.
2. Кузнецов, В. А. Мысли прошлого и настоящего / В. А. Кузнецов // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. – 2013. – № 33 (324). – С. 129–134.
3. Синг Онг, Ю. Азиатский стиль управления: как руководят бизнесом в Китае, Японии и Южной Корее / Ю. Синг Онг ; пер. с англ. – М. : Альпина паблишер, 2018. – 318 с.