##### **УДК 057.15**

##### **Особенности делового этикета в США и в европейских странах**

**Т.В. Шайдурова[[1]](#footnote-1), В.В. Гурьева[[2]](#footnote-2)**

Национальный исследовательский Иркутский государственный технический университет,

 664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83.

Данная статья посвящена особенностям делового этикета в США и в странах Европы, в частности Великобритании, Германии, и Швейцарии. Рассмотрены понятия этикета, внешний вид делового человека, а также характерные черты делового этикета зарубежных стран, особенности поведения с иностранными партнерами и бизнесменами.

#### Библиогр. 3 назв.

*Ключевые слова****:*** *этикет; характерные черты делового этикета; визитная карточка; деловые отношения.*

**BUSINESS ETIQUETTE PECULIARITIES IN THE USA AND EUROPE**

**T.Shaidurova, V.Gur’eva**

National Research Irkutsk State Technical University,

83 Lermontov St., Irkutsk 664074

The paper is devoted to the study of peculiarities of business etiquette in the USA and countries of Europe, in particular of Great Britain, Germany, and Switzerland. It considers the concepts of etiquette, appearance of the businessman, and also characteristic peculiarities of business etiquette of foreign countries, peculiarities of behavior with foreign partners and businessmen.

*Keywords: etiquette, characteristic peculiarities of business etiquette, a business card, business relations*

В современном обществе правильное общение с людьми – это залог успеха в любой области. Поэтому необходимо рассмотреть такое понятие, как «этикет» и особенности делового этикета в зарубежных странах. Это поможет любому человеку узнать, как вести себя в деловых отношениях с зарубежными партнерами, бизнесменами.

Слово «этикет» появилось в обиходе при дворе Людовика XIV – того самого, которому легенда приписывает изречение: "Государство – это я". На королевских приемах гостям вручали карточки (этикетки) с правилами поведения, и от названия карточки пошло слово "этикет".

В настоящее время существует большое количество понятий слова "этикет", так как появились различные сферы, в которых установлены рамки поведения. Рассмотрим сам термин и его значение в общественных отношениях.

**Этикет** – это совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений.

**Деловой этикет**регламентирует поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей.

Современный этикет унаследовал обычаи и традиции практически всех народов от седой древности и до наших дней. Народы каждой страны вносят в этикет свои поправки, обусловленные общественным строем страны, спецификой ее исторического развития.

Не следует забывать, что нормы этикета, в отличие от норм морали, являются условными, они носят как бы характер неписанного соглашения о том, что в поведении людей считается общепринятым, а что нет. Каждый культурный человек должен не только знать и соблюдать основные правила этикета, но и понимать необходимость определенных норм взаимоотношений. Умение правильно вести себя в обществе имеет очень большое значение: оно облегчает установление контактов, способствует достижению взаимопонимания, создает хорошие взаимоотношения.

**Внешний вид делового человека** – один из ведущих факторов успеха, поскольку для потенциального партнера именно внешний вид служит своеобразным кодом, свидетельствующим о степени надежности, респектабельности и успеха в делах того или иного бизнесмена. Доверие вызывает только тот, кто хорошо одет и причесан, у кого есть чувство вкуса и меры. Именно поэтому к внешнему виду делового человека, его повседневному костюму предъявляется много требований.

**Культура внешности человека** – это необходимая составляющая этикетных ситуаций общения. И чтобы это общение стало общением достойных, воспитанных людей, стоит придерживаться правил приличия в отношении внешнего вида и помнить французскую поговорку: «Нет людей некрасивых, есть люди ленивые!».

Современный мир требует от современного человека специфических навыков поведения и общения, когда он оказывается в определенных ситуациях: бывает ли он за границей, вступает ли в отношения деловые и личные; присутствует ли на дипломатических приемах, презентациях или вернисажах. Современный человек в современном мире ведет такую жизнь, которая требует налаживания контактов с людьми, говорящими на иных языках и связанных с далекими, подчас экзотическими культурами. Это формирует новые требования к поведению и внешнему виду, языку, требует скрупулезного изучения не только своей, но и иных культур.

**Характерные черты различных народов в деловом этикете**

Хотя в последнее время наблюдается значительное сближение правил этикета, принятых в разных странах, в направлении европейских правил хорошего тона, что особенно заметно в деловой практике, тем не менее, национальный колорит в поведении людей постоянно присутствует.

Например, ***американцам*** присущи хороший настрой, открытость, энергичность и дружелюбие, им импонирует не слишком официальная атмосфера деловых контактов. При решении проблемы они стремятся обсудить не только общие подходы, но и механизм реализации договоренностей.

Американцы любят свою страну, с почтением относятся к ее политическим символам – флагу, гербу, гимну. Многие уверены, что США – самая лучшая экономическая и демократическая система в мире, а американские нормы жизни единственно правильные.

Американский стиль делового общения отличается достаточно высоким профессионализмом. В состав американской делегации включаются люди компетентные, хорошо разбирающиеся в сути обсуждаемой проблемы.

Американцы очень демократичны в общении. Они сразу начинают вести себя неформально – снимают пиджак, обращаются друг к другу по имени независимо от возраста и статуса, обсуждают личную жизнь. Они чрезвычайно дружелюбны, жизнерадостны и улыбчивы, любят незатейливые шутки и юмор, ценят в других честность и откровенность.

Американцы берегут время и отличаются пунктуальностью. Время для них всегда деньги. Их любимая фраза: «Перейдем к делу». Они пользуются ежедневниками и живут по расписанию. Они не любят пауз или молчания во время беседы, переговоров, принимают решения обычно быстро. Они последовательны. Когда говорят: «По рукам», то редко меняют свое мнение.

Американские бизнесмены считаются самыми жесткими деловыми людьми, однако во многих отношениях дела с ними вести легче, чем с другими партнерами. Они стремятся заработать как можно больше и быстрее. Доллар для них – всемогущая сила, которая перевешивает все аргументы. В американских школах есть такой предмет – «построение взаимоотношений». Даже дети знают основы взаимоотношений. Например, приходят на день рождения к твоему ребенку, и ты потом должен каждому написать открытку: «Спасибо, что ты пришел. Твой подарок был самый лучший». Так же и в бизнесе.

Первый президент США Джордж Вашингтон прославился тем, что в четырнадцать лет, воспользовавшись английским переводом книжки французского монаха, изданной в 1640 году, составил сто десять "Правил приличного поведения".

Во многом отличается своей культурой ***англичанин***. Деловой мир Великобритании неоднороден не только в социальном плане, но и по своей цеховой специализации, что в принципе отличает его от деловых кругов других стран. Для английского бизнеса характерна кастовость, которая, с одной стороны, определяет его высокий профессиональный уровень, а с другой – препятствует притоку «свежей крови». Финансовый сектор британского бизнеса является идеологом проведения тех или иных нововведений.

Английский бизнесмен очень наблюдателен, является хорошим психологом, и не приемлет, как фальши, так и сокрытия слабой профессиональной подготовки. В связи с этим лучше выдвинуть тезис о том, что у англичан есть чему поучиться, и что вы с радостью попросите своего английского коллегу о практической помощи.

Рассмотрим деловое поведение ***немецкого*** бизнесмена. Широко известна немецкая аккуратность и пунктуальность. Немецкая аккуратность часто доходит до педантичности. Следует заметить, что очень часто ваш немецкий партнер может поступать просто оскорбительно по нашим стандартам. В Германии является вполне естественным закрывать на ключ телефонный аппарат или ксерокс, но это не следует воспринимать как проявление недоверия или неуважения к вам лично. Немец вполне может не поделиться с вами завтраком, захваченным из дома, пригласив вас в ресторан, он вполне вероятно будет ожидать, что вы заплатите за себя. Это проявление другого воспитания, приверженности другим традициям.

***Шведы*** известны во всем мире своей глубоко укоренившейся лютеранской деловой этикой, которая наиболее близка к германской, но, пожалуй, не столь суха. К ее характерным чертам относятся, прежде всего, прилежность, пунктуальность, аккуратность, серьезность, основательность, порядочность и надежность в отношениях. Шведские бизнесмены имеют репутацию очень больших формалистов.

Характерные черты присутствуют и у ***испанцев***. Коммерческие связи с крупными испанскими фирмами традиционно строятся по иерархическому принципу. Это означает необходимость выхода на ответственных руководителей, принимающих соответствующие решения. При этом заметное влияние и вес могут иметь не только состоятельные финансисты, промышленники и коммерсанты, но и те, кто обладает политической властью: высокопоставленные чиновники, епископы, управляющие компаниями – одним словом бюрократия, весьма часто действующая по собственной инициативе, обладающая большой автономией в принятии решений.

Особой популярностью в Европе стала визитная карточка. Она будет для вас важным инструментом налаживания деловых контактов, поддержания отношений. В европейских странах вы можете порою оскорбить своего партнера по переговорам, не дав ему свою визитную карточку. Особенно сильны эти традиции в южных странах Европы – во Франции, Италии, Испании, Португалии.

Любое знакомство с бизнесменами в этих странах начинается с обязательного обмена визитными карточками, поэтому при деловом общении всегда необходимо иметь с собой достаточное их количество. Если в ответ на протянутую визитную карточку вы не дадите свою, то следует извиниться, объяснив причину и пообещав послать ее при первой возможности.

Каким бы непродолжительным не было ваше первое знакомство, при следующей встрече бизнесмен, имеющий вашу визитную карточку, не станет относиться к вам, как к абсолютно незнакомому человеку.

Как не странно, также огромную роль в деловых отношениях играют подарки. Подарки – это давний способ оказания внимания, расположения, принятый и в деловой среде. Однако следует понимать, что традиции, связанные с подарками, особенно разнятся от страны к стране. Правила, определяющие уместность того или иного подарка сильно зависят от традиций страны, а те, в свою очередь – от ее местоположения.

В европейском обществе и деловых кругах уже выработан определенный ритуал дарения и определен круг товаров, которые рассматриваются не как взятки, а как подарки. К этим товарам относятся календари, записные книжки, зажигалки, фирменные авторучки, а на Рождество – алкогольные напитки. Необходимо отметить, что представители европейских фирм очень щепетильно относятся как к получению, так и даче подарков, которые рассматриваются не только как символы и знаки внимания, а как инструменты оказания определенного давления на психику партнера. Негласный кодекс поведения бизнесмена осуждает подобную практику.

Многие вопросы европейские бизнесмены предпочитают обсуждать в неслужебных условиях, в ресторанах. Считается, что неофициальная обстановка способствует сглаживанию возможных противоречий, позволяет более свободно высказывать истинное мнение или критическое замечание в адрес партнера, не рискуя вызвать его неудовольствие.

Знание такой необходимой информации даст вам уверенность в поведении и в разговоре с иностранным бизнесменом, партнером. Обладая правилами этикета, вы с лёгкостью достигните взаимопонимания и взаимоуважения в глазах зарубежного партнера.

Этикет – это молчаливый язык, с помощью которого можно многое сказать и многое понять, если уметь видеть. Этикет нельзя заменить словами. Беседуя с иностранцем, иногда трудно бывает объяснить, как вы относитесь к нему и к тому, что он говорит. Но если вы владеете этикетом, ваше молчание, жесты, интонации будут красноречивее слов. По внешней манере держаться за границей судят не только о человеке, но и о стране, которую он представляет.

И, несмотря на существующие отличия в традициях и правилах в разных странах, основные принципы остаются постоянными – уважение к партнеру и его времени, уважение его права на личную жизнь и поддержание определенной дистанции между вами, уважение к культуре и истории данной страны. Пожалуй, именно это главное в любых, в том числе и деловых отношениях с жителями других стран.

**Библиографический список**

1. Мусская И. А. Энциклопедия этикета. – М.: Вече, 2007. – С. 45–49.
2. Эля Басманова. Визитная карточка. История и современность. – М.: Новый Хронограф, 2010. – С. 3–6.
3. Этикет от А до Я [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.etiket.ru/
1. Шайдурова Татьяна Вадимовна, студентка 2 курса Института экономики, управления и права, E-mail: becrazy@mail.ru

Shaidurova Tatiana, a second-year student of Economic, Law and Management Institute, , e-mail: beecrazy@mail.ru [↑](#footnote-ref-1)
2. Гурьева Валентина Владимировна, старший преподаватель кафедры иностранных языков для гуманитарных специальностей, E-mail:val\_irk@mail.ru

Gur’evaValentina, a senior lecturer of Foreign Languages Department, e-mail: val\_irk@mail.ru [↑](#footnote-ref-2)