**Особенности делового этикета в западноевропейских странах**

Во второй половине XVIII века в Англии начался промышленный переворот. Это привело к развитию предпринимательства и развитию буржуазии. Именно тогда, чтобы обозначить свою принадлежность к новому классу, новые торговцы, банкиры и владельцы мануфактур стали вводить нормы поведения, одежды, впоследствии составившие современный американо-европейский деловой стиль. В XIX и XX веке европейские и американские бизнесмены играли доминирующую роль на мировой арене. Вместе со своим капиталом, товарами и технологиями они принесли всему миру и правила поведения в деловой среде.

С тех пор этих правил придерживаются бизнесмены не только Европы и Америки, но и Японии, Азии. Африки. Во всех странах атрибутом делового человека чаще всего является английский пиджак, смокинг или фрак.

Однако и по сей день сохраняются различия в нормах и правилах одежды и поведения в разных странах. Национальные особенности, история, климат, исторически сложившиеся моральные нормы оказывают влияние на то, как бизнесмены, да и не только они, одеваются, ведут себя, что считают приличным и достойным, и что является знаком ненадежности или неуважения к партнеру.

В этой работе я рассмотрел особенности делового этикета в различных странах Европы на примере Испании, Италии, Франции, Великобритании, Германии, Швеции и Финляндии.

**Великобритания**

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. Тем более, что делятся они своими знаниями и опытом весьма охотно, часто раскрывают секреты своего ремесла и умело вводят вас в тонкости того или иного рынка.

**Испания**

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.

Одно из самых важных качеств делового партнера – его пунктуальность, умение точно рассчитать свое вермя, своевременно ответить на письмо, позвонить, объяснить причины своего отсутствия и т. д. В противном случае ваша репутация как делового партнера может быть существенным образом поколеблена.

**Финляндия**

Поддерживать рабочие контакты с финнами российским партнерам обычно проще, чем с представителями многих других стран, еще и потому, что долгая жизнь бок о бок со славянскими народами, пребывание в составе Российской империи генетически заложили взаимопонимание русского и финского народов, а более чем 40-летний опыт широкого экономического сотрудничества позволил лучше изучить специфику условий работы и жизни. Финны очень тепло относятся к России, терпеливы и легко идут на контакты.

Учитывая все это, вы, конечно, можете опоздать на назначенную вашими финскими партнерами встречу, не выполнить данных вами обязательств, не совсем корректно себя повести – вас скорее всего поймут, но все-таки полезно помнить, что с цивилизованным человеком не только намного приятнее общаться, но и гораздо интереснее делать бизнес.

**Германия**

Широко известна немецкая аккуратность и пунктуальность. Это качество непременно следует учитывать нашим, не всегда обязательным деловым людям.

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.

**Швеция**

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, хотя это далеко не всегда соответствуею тействительности, особенно среди молодого поколения.

**Визитные карточки**

В Европе визитная карточка уже давно стала важным инструментом налаживания деловых контактов, поддержания отношений. В то время, как в России далеко не все бизнесмены имеют визитные карточки, в Еворпе 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 визитныи 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.

**Визитная карточка во Франции**

Если на встрече с французской стороны присутствуют несколько человек (из одной организации), визитная карточка вручается лицу, занимающему более высокое положение. Французы придают большое значение образованию собеседника, поэтому рекомендуется указать на визитной карточке оконченное высшее учебное зывадение, особенно, если оно пользуется хорошей репутацией; далее нужно проследить за правильным переводом текста карточки на французский язык.

**Визитные карточки в Италии**

В итальянской практике вполне нормальна ситуаия, если заняв в результате кадровых перестановок новое место, вы воспользуетесь накопленным вашим предшественником каталогом визитных карточек для завязывания полезных деловых связей.

**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.

**Подарки в Великобритании**

Если в деловых кругах станет известно, что те или иные фирмы, вернее их представители, замешаны в подобных действиях, то доверие к ним может быть подорванио. Иногда таким бизнесменам даже приходится уходить из привычной для них сферы деятельности и менять профиль работы.

**Специфика подарков россиянам**

Однако в отношении подарков для представителей советских организаций, которые можно рассматривать как взятки, делаются определенные послабления. Учитывая специфику работы советских людей за рубежом, некоторые английские фирмы переходят этические нормы и очень тонко делают подарки. В связи с этим необходимо не только не напрашиваться на подарки, но и себя вести так, чтобы исключить всякую возможность для английской фирмы «всучить» ту или иную вещь От этого ваше «реноме» как делового партнера будет намногно выше, и интересы вашего предприятия будет в большей степени обеспечены в коммерческом плане.

**Подарки в Испании**

Необходимо подчеркнуть и важность постоянного оказания знаков внимания тем, с кем Вы когда-либо встречались или вели переговоры по случаю тех или иных торжеств, юбилейных дат, праздников.

**Подарки и поздравления в Финляндии**

В Финляндии на большие праздники, особенно Рождество и Новый год, принято поздравлять своих друзей и коллег. Лучше всего послать красивую открытку. Если вы хотите преподнести какой-нибудь подарок, то имейте в виду, что он не должен быть очень дорогим, чтобы не поставить вашего партнера в неловкое положение. В Финляндии пользуются популярностью русские самовары, продукция народных промыслов, особенно расписные изделия (подносы, шкатулки, игрушки и т. д.), гжель, дымковская игрушка, а также красная и черная икра и русская водка.

**Подарки в Швеции**

В деловом мире Швеции существует традиция поздравлять друг друга, а также от лица компании или организации – своих партнеров с Рождеством или Новым годом, при этом часто не ограничиваются открыткой, а посылают какой-либо подарок. Обычно это корзина с набором деликатесов, включая вино, соленого лосося, сыры, ветчину, копченую лосятину и т. д. Принято также поздравление с днем рождения или с какой-нибудь знаменательной датой. В порядке вещей – периодически преподносить своим партнерам недорогие подарки. Как правило, это различные фирменные и национальные сувениры, иногда – производимая фирмой продукция. Из российских сувениров особой популярностью у шведов пользуется русская черная икра, хорошим подарком являются изделия народных промыслов, платки и шали, лазерные диски с классической музыкой, шоколадные конфеты.

**Подарки во Франции**

Не принято вручать подарки своему партнеру, тем более в ходе первой встречи. Когда сделка состоялась, успешное завершение переговоров можно отметить, организовав ужин. При желании вручить сувенир допускаются книга или лазерный диск, отвечающие вкусам партнера.

**Подарки в Германии**

Подарки в деловом общении не приняты.

Как видно, в скандинавских странах обмен подарками, в том числе и достаточно дорогими очень широко распространен. В это же время в таких странах как Англия, Испания он жестко регламентирован. В других же странах, например, в Германии и во Франции, подарки среди бизнесменов вообще не приняты.

Не забывайте оказывать знаки внимания тем, с кем вы когда-либо встречались или вели переговоры. Направление поздравительной открытки к рождеству или по случаю дня рождения, приветы близким вашего коллеги поднимут ваш деловой авторитет и укажут на вашу вежливость и хорошие человеческие качества.

**Деловые приемы**

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. Большинство правил, касающихся деловых приемов, сходно во всех европейских странах, однако некоторые, главным образом, темы для разговора разнятся. Некоторые страновые особенности могут быть очень неожиданными для российского бизнесмена.

**Деловые приемы в Италии**

Следует иметь в виду, что итальянцы очень гордятся своей страной, как колыбелью многих видов искусств и ремесел, поэтому проявление уважения и знаний в этой сфере всегда производит благоприятное впечатление. Однако не следует демонстрировать итальянцам свои вокальные способности.

**Деловые приемы в Испании**

Наиболее подходящими темами для застольной беседы могут быть вопросы культуры, искусства, литературы, туристские достопримечательности, национальные традиции, спорт, политическая жизнь. Ни в коем случае не стоит осуждать корриду.

**Деловые приемы во Франции**

Во Франции решения принимаются не только за рабочим, но и за обеденным столом. Организуемые в таких случаях деловые приемы могут предусматривать различные формы, как, например, коктейль, обед, ужин, ужин с приглашением супругов.

**Коктейль**

Поводом для проведения коктейля может послужить то или иное заслуживающее внимания событие в жизни фирмы – переход к выпуску нового продукта, создание нового филиала, организация выставки, открытие нового подразделения и др. По случаю проведения коктейля рассылаются приглашения (часто с просьбой заранее уведомить о своем присутствии). При получении подобного приглашения рекомендуется разузнать через свои связи, кто будет там присутствовать.

**Деловой обед**

Деловой обед организуется либо с целью обмена любезностями, либо для делового свидания (в последнее время все большее распространение в этих целях получает проведение встреч в ходе завтрака). Как правило, на обед приглашаются либо лица, непосредственно занятые в ходе переговоров, либо устоявшиеся деловые партнеры. Французская сторона заранее предупреждает своих гостей о составе приглашенных на прием. На такого рода встречах очень важно быть пунктуальным.

В свою очередь можно и самому пригласить своего французского партнера в ресторан.

Во время делового обеда, собственно, о делах принято говорить только после того, как будет подан кофе. Французы не любят с ходу затрагивать в беседе вопрос, который интересует их больше всего. К нему подходят постепенно, после долгого разговора на нейтральные темы и как бы вскользь, без нажима – «между грушей и сыром», то есть в конце обеда. Поступать наоборот считается признаком дурного тона, к тому же, демонстрируя свой интерес, вы оказываетесь в роли просителя.

**Общение**

Наиболее подходящими темами для застольной беседы могут быть вопросы культуры, спектакли, книги, туристические достопримечательности, родной город, политическая жизнь. Французы высоко ценят в собеседниках способность ориентироваться в вопросах культуры и искусства, особенно, французского. Они бывают польщены интересом, проявляемым к их стране и культуре. При этом в ходе бесед следует остерегаться затрагивать следующие вопросы: вероисповедание, личные вопросы, связанные с положением на службе, доходами и расходами, собственные хвори, семейное положение, политические пристрастия.

**Деловые приемы в Великобритании**

Никогда не следует обращаться к незнакомым людям, до тех пор, пока вы им не представлены. Не стоит увлекаться рукопожатием, оно употребляется весьма редко, лишь при первом представлении. Не принято целовать руки женщинам, делать публичные комплименты.

За столом нельзя вести отдельных разговоров, все должны слушать того, кто говорит. С англичанами можно говорить о погоде, семье, спорте. Не стоит, наверное, рассказывать им анекдоты, так как их чувство юмора плохо стыкуется с русским.

**Званые ужины**

В большинстве стран приглашение домой на ужин является большой честью. Это более распространено в скандинавских странах, жители которых все-таки более открыты по сравнению с жителями других европейских стран.

**Званые ужины в Испании**

Быть приглашенным на семейный ужин своим деловым партнером считается высокой честью. Подобный шаг с его стороны выражает стремление к установлению неформальных отношений. Прибыть на ужин следует на четверть часа позже назначенного времени. В знак благодарности желательно принести подарок (цветы, коробку конфет, шампанское и пр.). За столом приветствуются любые восторженные комментарии по поводу качества блюд и напитков. Не принято оставлять еду на своей тарелке; необходимо правильно пользоваться столовыми приборами. Культура употребления спиртных напитков, являющихся непременными спутниками любого застолья, предполагает рюмку аперитива, три-четыре бокала вина за столом, а после десерта и кофе – рюмка фруктовой водки, крепкого ликера или коньяка. При всем разнообразии ассортимента напитков, предлагаемых на званных ужинах, важнейшим требованием является умеренность в их употреблении.

**Званый ужин во Франции**

Быть приглашенным на ужин своим деловым партнером во Франции считается исключительной честью. Этот шаг выражает с его стороны стремление к установлению неформальных отношений. В данном случае часто приглашаются и супруги. Прибыть на ужин следует на четверть часа позже назначенного времени. В знак благодарности считается необходимым принести с собой подарок. Это могут быть цветы (только не белые и тем более не хризантемы, во Франции они считаются символом скорби). хороший подарок – коробка дорогих шоколадных конфет, бутылка шампнского (не рекомендуется дарить вино, в этом случае нужно хорошо разбираться в многочисленных марках).

Кухня для французов является предметом их национальной гордости. Застолья обычно очень продолжительны, особенно если они проходят в узком семейном кругу. За столом приветствуются любые восторженные комментарии по поводу качества блюд и напитков. Не принято оставлять еду на своей тарелке; не рекомендуется подсаливать блюда по своему вкусу либо пользоваться пряностями, поскольку это может быть расценено как неуважение. Культура потребления спиртных напитков, являющихся непременными спутниками любого французского застолья, предполагает рюмку аперитива, три-четыре бокала вина, а после десерта или кофе – рюмка дижестива (фруктовая водка, крепкий ликер или коньяк).

**Званый ужин в Швеции**

Работа не ограничивается стенами офиса и часто имеет продолжение за дружеским ужином в ресторане или в гостях, на совместном воскресном отдыхе с компаньонами на природе и т. п. Домой приглашают только самых близких или важных партнеров, поэтому не следует отказываться.

Идя в гости, следует купить цветы для хозяйки или прислать их позже с посыльным.

Хозяин в знак приветствия поднимает бокал и обращаясь к каждому произносит «сколь» (за ваше здоровье). Каждый раз, когда звучит это слово, все обмениваются взглядами, выпивают и снова смотрят друг другу в глаза. Мужчина обычно произносит тост за присутствующих женщин. Не рекомендуется произносить тост за хозяина и хозяйку до конца трапезы, ставить бокал на стоол во время тоста и т. д.

**Как одеваться**

В основном, стандарты в этой области совпадают во всей Европе (да и во всем мире), однако некоторые различия существуют.

**Как одеваться в Испании**

Для мужчин рекомендуются костюмы синего или серого цветов (только не коричневого).

**Как одеваться во Франции**

Как и в Испании, для мужчин не рекомендуются костюмы коричневого цвета.

В то же время в ряде областей, например в рекламном деле, допускается более экстравагантный гардероб – многие современные деловые мужчины носят во Франции модные куртки с яркими рубашками и брюками разнообразного покроя. Общее правило – одежда должна быть из натурального материала.

**Как одеваться в Швеции**

Шведы предпочитают классический стиль. Для мужчин это темный, обычно синий в мелкую полоску, или серый костюм. В летнее время можно надеть светлый костюм. В отношении гардероба деловой женщины шведские каноны гораздо лояльнее и дают необозримый простор для фантазии. Прекрасный вид имеют более или менее строгий, не очень яркий костюм модных длины и силуэта, не слишком вычурное платье. Современные женщины широко используют строгие брючные костюмы. Шведские деловые женщины не боятся пользоваться косметикой. В зимнее время, как днем, так и вечером, шведские женщины носят одежду из меха или с меховой отделкой.

**Переговоры**

**Переговоры в Италии и Испании**

Большое значение испанские и итальянские бизнесмены придают тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими приблизительно равное положение в деловом мире или обществе. Поэтому при организации встреч итальянцы стремятся узнать трудовую биографию собеседника, его должность, возраст.

**Переговоры в Великобритании**

Для общения английский бизнес выработал особый ритуал, которого стараются строго придерживаться.

Начинать переговоры следует не с предмета обсуждения, а с чисто человеческих проблем – погода, спорт, дети. Постарайтесь расположить к себе английского партнера, покажите ему, что для вас общечеловеческие ценности если не выше ваших коммерческих интересов, то по крайней мере равны им. Подчеркивайте ваше доброе расположение к британскому народу и идеям, которые этот народ разделяет.

**Переговоры во Франции**

Во Франции стиль ведения переговоров менее динамичен, чем в США; во французских организациях решения принимаются ограниченным числом лиц высокого ранга. Поэтому очень важно, чтобы деловые связи с французскими компаниями устанавливались на надлежащем иерархическом уровне.

Случается, что во время обсуждения французские руководители перебивают своего собеседника, чтобы высказать критические замечания или контрааргументы. Подобная реакция не должна расцениваться как проявление неуважения или недостаточной оценки компетенции оппонента по переговорам.

Когда вас принимают и, проводя в помещение пропускают впереди себя, не стоит расшаркиваться в дверях. Будет правильнее проийти первым.

На деловые встречи необходимо приходить вовремя, даже если французские партнеры заставляют себя ждать.

**Переговоры в Швеции**

О встрече договариваются предварительно. На переговоры являются точно в назначенное время, отклонение от которого не должно превышать 3—5 минут, в исключительных случаях – до 15 минут. Не положено приходить на переговоры и задолго до согласованного времени.

На шведских фирмахтс переговоры чаще всего происходят в помещении, специально предназначенном для этой цели. Согласно этикету, служащий фирмы, встречающий посетителей, провожает их в помещение, где будет проходить переговоры. В течение всех переговоров следует поддерживать непринужденную обстановку, однако жизнерадостное настроение и непринужденность ни в коем случае нельзя доводить до развязности и панибратства. Переговоры, как правило, не начинаются с деловых вопросов, тем самым создается благоприятная атмосфера для дальнейшей работы. Каждый участник переговоров имеет право на собственное мнение, которое высказывает, когда ему будет предоставлено слово. Шведы сдержаны и обычно не выражают ярко своих эмоций.

**Переговоры в Финляндии**

Одной из самой интересных особенностей финского бизнеса является то, что многие производственные вопросы проще решать в сауне, поэтому не спешите отказываться от подобных предложений и не забывайте отвечать на них взаимностью. В Финляндии сауна есть почти в каждой семье.

**Общение**

**Общение во Франции**

Во Франции не принято обращаться к своим собеседникам по имени, если только они сами не выразили подобного желания. Не используются в данном случае и разного рода звания. В общей форме обращения употребимы выражения «месье» (monsieur), «мадам» (madame) (если женщина замужем) и «мадемуазель» (mademoiselle) (если женщина не замужем). В профессиональной сфере к женщинам обращаются используя выражение «мадам» (madame).

Во время приветствия принято обмениваться рукопожатиями. При этом в первю очередь жмут руку наиболее высокопоставленного лица. Французы очень щепетильны в вопросах соблюдения физической дистанции между собеседником; за исключением момента рукопожатия недопустимо трогать собеседника.

**Общение в Германии**

Обращаться к немцам следует только по титулам. Обращение по имени или по фамилии является невежливым. Очень важно еще до начала переговоров уточнить все титулы деловых партнеров.

**Общение в Швеции**

Не следует называть вашего партнера по имени, пока он сам вам этого не предложит.

**Заключение**

Итак, достаточно ясно видно, что 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.