

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА, ТУРИЗМА И МОЛОДЕЖНОЙ ПОТИЛИКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ,  
СПОРТА И ТУРИЗМА»

ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА

## КУРСОВАЯ РАБОТА

По дисциплине «Профессиональная этика и этикет»

ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН: ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ И  
ОСОБЕННОСТИ

Выполнил:

студент 1 курса

группы 4341

Котова П.А.

Руководитель:

Петрик Л.С.

## Содержание:

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы деловой культуры европейских стран.....	5
1.1. Деловая культура Англии. ....	5
1.2. Деловая культура Германии.....	10
1.3. Деловая культура во Франции. ....	15
2. Сравнительная характеристика европейской деловой культуры с особенностями других стран. ....	20
2.1. Сравнение деловой культуры России и Европы. ....	20
2.2. Сравнение деловой культуры Европы и Азии.....	24
Заключение.....	27
Список литературы.....	28

## Введение.

Культура – это совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей [2, с. 268]. Понятие же «деловая культура» можно определить как отношение фирмы к законности, личности, качеству выпускаемой продукции, финансам и производственным обязательствам, открытости и достоверности деловой информации [6]. Это, как правило, воплощается в комплексе правил, традиций, ритуалов и символов, которые постоянно дополняются и совершенствуются. Успех работы фирмы или предприятия в рыночных условиях в определяющей мере зависит от их репутации как делового партнера.

Общение представителей разных стран, разных политических взглядов, религиозных воззрений и обрядов, национальных традиций и психологии, укладов жизни и культуры требует не только знания иностранных языков и культур, но и умения вести себя естественно, тактично и достойно, что крайне необходимо и важно на встречах с людьми из других стран. Экономический оттенок настоящего времени вынуждает нас не только в совершенстве знать законы торговли, экономики; уметь считать, анализировать, рекламировать, но и учитывать человеческий фактор во всех операциях и считаться с ним. Владение деловой культурой и умение расположить к себе человека, в ком вы видите выгоду, стало не менее важным при взаимодействии с лицом, представляющим другую культуру, и видящий мир под иным углом.

Несмотря на всеобщую глобализацию, различия в деловых культурах и по сей день остаются значительными, тогда как современные внутренние и внешние экономические отношения предъявляют повышенные требования к соблюдению общепринятых форм делового общения, этикета, этических норм.

Таким образом, к настоящему времени сформировалась весьма актуальная потребность в изучении деловой культуры зарубежных государств, чтобы расширить внешнеэкономические связи и перенять опыт

других держав, дабы сформировать собственную культуру деловых отношений, с комплексом особенностей.

На сегодняшний день в спектре деловых культур можно выделить два полюса – Западная деловая культура и Восточная деловая культура. К типичным Западным культурам относятся евро – американская и западноевропейская деловые культуры [7]. На них мы и остановим наше внимание наиболее подробно.

Цель курсовой работы – выявить особенности и характерные черты деловых культур европейских государств.

Задачи:

1. Изучение теоретических материалов по особенностям деловой культуры европейских держав (Англии, Германии, Франции).
2. Дать рекомендации по ведению деловых встреч, переговоров, конференций с европейскими партнерами.
3. Проанализировать и выявить отличительные и схожие черты стран Европы с Россией и государствами Востока.

Таким образом, деловая культура является одним из наиболее сложных и многогранных явлений, имеющих свои особенности и специфику. Знание деловой культуры важно для каждого человека, как и знание в любой другой области, и идет наравне с такими личностными качествами, как креативность, коммуникабельность, инициативность и т.д. А знание того, как необходимо себя вести при общении в многонациональном коллективе, несомненно, поможет в профессиональной деятельности. 1. Теоретические основы деловой культуры европейских стран.

## Глава 1. Теоретические основы деловой культуры европейских стран.

### 1.1. Деловая культура Англии.

Англия - наиболее крупная историческая и административная часть Соединённого Королевства Великобритании и Северной Ирландии. Это государство на протяжении длительного периода времени являлось передовым во многих сферах. Поддерживаемая стабильной политической и экономической системой, Великобритания является привлекательной базой для зарубежного бизнеса, предлагая широкие возможности во многих областях, в том числе в исследованиях, разработках и новых технологиях. Именно этот факт дает нам право говорить о том, что в Англии сложилась деловая культура со специфическими особенностями.

В первую очередь следует отметить, что британцы очень вежливы и обходительны. Это во многом определяет стиль их общения. Британцы практикуют давать уклончивые ответы на прямые вопросы, диалоги часто носят двусмысленный характер. Чтобы понять, что именно они хотят вам сказать, необходимо внимательно следить за интонацией голоса и выражением лица.

В Англии существует такое понятие, как «Stiff upper lip» — в буквальном переводе «твердая верхняя губа». Этот образный термин часто используется для описания традиционных британских качеств — сдержанности и самообладания, которые британцы проявляют в трудных ситуациях. В британской культуре открытая демонстрация эмоций — позитивных или негативных — встречается очень редко, по возможности избегайте выражать свои чувства публично. На деловых встречах этот принцип означает, что ваши британские коллеги намерены построить диалог в атмосфере формальности и беспристрастности [8].

Юмор — ключевой элемент всех сторон жизни в Великобритании. Важность чувства юмора во всех ситуациях, включая деловой контекст, трудно переоценить. Юмор часто используется как защитный механизм, в

основном в форме иронии или самоиронии. Ироничные нотки могут быть скрыты, завуалированы подтекстом, что также является характерной чертой британского уклончивого стиля общения [3, с. 159].

Что касается рабочих моментов, то в Англии они также имеют свои характерные черты:

- в соответствии с британским бизнес – протоколом пунктуальность очень важна на любой деловой встрече, приеме или ужине;

- назначение деловой встречи, как правило, происходит за несколько дней до нее;

- британцы склонны следовать установленным правилам, поэтому принятие решения часто становится весьма долгим процессом;

- на деловых переговорах британцы ведут себя прагматично: гибко и охотно отвечают на инициативу партнера. Однако негативно относятся к длительным монологам, поскольку считают их формой давления на сотрудника или партнера;

- английский стиль ведения переговоров характеризуется тем, что английские бизнесмены мало времени уделяют подготовке переговоров. Они считают, что во время переговорного процесса может быть найдено наилучшее решение [11].

Соблюдение формальностей – это стиль жизни англичан. Обращаться к ним по имени можно только после получения на то специального разрешения [4, с. 417].

Рабочие отношения в Великобритании имеют ряд закономерностей. Руководители предпочитают устанавливать хорошие рабочие отношения с подчиненными. Начальник зачастую берет на себя роль тренера, учителя, создавая атмосферу поддержки и вдохновляя своих сотрудников на выполнение работы и повышение продуктивности труда. Работа в команде здесь очень важна, хотя и чувство индивидуальной идентификации тоже очень сильно по отношению, как к реализации профессиональной задачи, так и к совершенным ошибкам [9].

В деловых взаимоотношениях необходимо знать множество практических моментов, которые строго соблюдаются и чтутся как своеобразная традиция. Английские бизнесмены предпочитают иметь дело с партнерами, которых хорошо знают. Чем длительнее и доброжелательнее отношения, тем выше вероятность достижения положительного результата. Достаточно только произвести как можно лучшее впечатление при первой встрече с английским партнером. Британцам, с которыми состоялось знакомство, сложились деловые отношения, не следует забывать отправлять поздравления, особенно на Рождество, а также передавать поздравления их близким. Определенного такта и осторожности требует выбор подарков для них так как представители многих западноевропейских компаний достаточно скептически относятся к подаркам, поскольку они символизируют не только уважение к партнеру, но и могут конъюнктурно влиять на него, поэтому в Великобритании подарок должен стоить 10-25 долл. (не более 50).

Важно знать, что мало кто из британцев обладает другим языком, кроме английского, поэтому желательно взять с собой на переговоры переводчика [10].

В Британии немалое значение придают листам рекомендаций. Не имея респектабельных деловых связей, можно установить их с владельцем небольшой компании или менеджером крупной, написав им персональное письмо. Работа с английскими бизнесменами требует предварительного изучения, хотя бы в общих чертах, фирменной структуры рынка того или иного товара, примерного уровня цен и тенденции их движения, получения сведений об интересующей фирме и ее работниках. Английский бизнесмен очень наблюдателен, является хорошим психологом, и не приемлет как фальши, так и сокрытия слабой профессиональной подготовки. Он делится своими знаниями и опытом с другими бизнесменами, часто раскрывает секреты своего «ремесла», умело вводит в тонкости того или иного рынка. При всей своей приветливости, доброжелательности, готовности помочь

англичане остаются непоколебимыми во всем, что касается соблюдения каких-либо правил, а тем более законов [10].

Деловые встречи в Великобритании часто структурированы и упорядочены, но, тем не менее, не очень формальны — начинаются и заканчиваются они обычно с общих разговоров, что дает лучше понять психологию партнера. Все коллеги и партнеры почти сразу переходят на обращение по имени. Исключение составляют только представители высшего руководства. Переговоры и принятие решений являются открытыми и гибкими. Британские партнеры будут всячески способствовать успеху. Неотъемлемым и очень важным атрибутом встречи в этой стране являются визитки, ими обычно обмениваются в начале заседания, при знакомстве [9].

В Британии существует особый деловой этикет, который определяет, что нужно, а что не нужно делать в процессе делового взаимодействия. Во-первых, необходимо уважать личное пространство, держать приемлемую дистанцию. Британцы это очень ценят. Во-вторых, следует смотреть прямо в глаза вашим британским партнерам, однако такой взгляд должен продолжаться минимальное количество времени, в противном случае, это будет считаться невежливым или грубым [5, с. 85]. Кроме того, не нужно задавать британским коллегам личных вопросов относительно их прошлого, дохода или места проживания, так как англичане избегают раскрывать себя, и проявлять навязчивость просто невежливо. Помните, что в английском обществе допускать фамильярности при знакомстве либо прощании недопустимо. Проявлением вежливости в Англии считается и пунктуальность. Приходить на встречи необходимо вовремя или чуть раньше. Если опоздание неизбежно, то следует обязательно позвонить и извиниться [8].

В соответствии с британским деловым этикетом, при входе в комнату или здание нужно пропустить вперед старшего по должности. В этой стране принято уважать звания. Слаженные руки во время деловой встречи



являются для британцев знаком скуки, они решат, что Вы не заинтересованы в обсуждаемом вопросе [12]

Число 13 среди британцев считается исключительно несчастливym, поэтому рекомендуется избегать его, особенно в деловых взаимоотношениях [11].

Что касается невербального общения, то англичане пользуются жестами в исключительных случаях. Например, если упорно настаивают на своей позиции во время ведения переговоров, то используют поднятые на уровень головы указательный и средний пальцы руки в виде буквы «V», обратив тыльную часть ладони к собеседнику [9]

Англичане весьма неодобрительно относятся к представителям полиактивных культур, которые во время общения активно используют жесты. В Англии жестикуляция является вульгарным признаком театральности и неискренности поведения. Только женщинам позволительна изящная жестикуляция во время чаепития, но ни в коем случае не во время переговоров [13].

Одежда в Англии отличается строгостью и консервативностью. Мужчины должны носить темные деловые костюмы, а женщины либо деловой костюм, либо консервативное платье. Как и везде в Европе, в Великобритании не стоит появляться в одежде из натурального меха, в манто и шубах. Движение в защиту животных здесь настолько сильно, что даже знаменитые королевские гвардейцы теперь носят шапки из искусственного меха вместо традиционных медвежьих [11]. Делая вывод по вышесказанному, осталось только напомнить, что английский бизнесмен — это человек высокой культуры, эрудит и профессионал. Чаще всего эти люди имеют широкий круг интересов не только в сфере экономики и финансов, но также связанных с искусством, спортом и литературой. Британские бизнесмены считаются одними из самых квалифицированных в мире.

## 1.2. Деловая культура Германии.

Представители бизнеса в Германии являются яркими выразителями сдержанной, полихромной культуры деловых отношений, они предпочитают формализованные ситуации, настроены на сделку [10]. Ни в одной другой стране так не ценят пунктуальность, как в Германии. Поэтому на опоздавших лишь на несколько минут, смотрят косо. С теми, кто легкомысленно позволил себе опоздать на полчаса, немцы вообще могут отказаться от сотрудничества, поскольку такой человек, по их мнению, не стоит доверия [14].

Немцы - трудолюбивые, педантичные деловые партнеры, долгосрочное сотрудничество с ними можно спрогнозировать с высокой достоверностью. Достаточно обстоятельно готовятся к переговорам, стараются работать только с надежными партнерами. При заключении договоров обычно настаивают, чтобы в случае невыполнения их условий были предусмотрены высокие штрафы, требуют долгосрочных гарантий, залога на случай поставки некачественного товара [15].

Большое внимание уделяют немецкие бизнесмены протоколу, использованию при обращениях к официальным лицам их титулов, поэтому перед началом переговоров с ними, желательно уточнить титулы и звания всех участников их делегации.

Немецкой деловой культуре присуще негативное отношение к внезапным предложениям и изменениям. Все встречи немцы планируют заранее [16]. Высоко ценят профессионализм. Одеваются консервативно, особенно немецкие бизнес-леди. Во время переговоров тщательно обсуждают каждый вопрос, любят приводить различные факты и примеры, равнодушны к цифрам, схемам, диаграммам.

Немцы обязательно консультируются со специалистами по определенному вопросу - сотрудниками фирмы. Во время неформальных встреч ведут весело и раскованно.

Особенностью деловой культуры Германии является монохромное отношение к времени, то есть стремление завершить одну цепь действий, прежде чем перейти к другой [17]. Немецкие компании – это традиционные, малоподвижные организации, обремененные руководством и иерархическими ступенями [18].

При переговорах следует обратить внимание на то, что немцы имеют более формальный подход к делу. Они дисциплинированы и хорошо информированы о деле. У них всегда есть запасной вариант. Они уверены, что действуют более основательно, чем остальные, и нелегко изменяют свою позицию. У немцев хорошая командная работа. Они, как правило, обладают способностями к языкам, но стараются говорить только по-немецки.

На переговорах немецкие партнеры позитивнее относятся к реальной начальной цене, чем к тактике \"сбивания цены с высокой на низкую\" Они склонны долго обдумывать проблему перед принятием решения. Лучше всего с самого начала сделать реальное предложение, чем торговаться. Здесь базарная тактика не проходит.

На принятие важных решений немцам нужно время, чтобы их хорошо обосновать и обговорить с другими ответственными лицами. Очень серьезно нужно относиться к юридическим аспектам контрактной договоренности. При проблемах немцы скорее опираются на письменный контракт, чем на личные отношения. Содержание контракта в Германии – это залитое бетоном слово, которое так быстро теперь уже не изменишь. Все до единого пункты делового договора должны неукоснительно исполняться. Также в этой стране щепетильно относятся к соблюдению служебной субординации. Если, например, в компании принято обращаться к начальнику через секретаря, то ни один подчиненный не додумается искать личной встречи с руководителем.

Немцы также отличаются стилем и языком общения. Предпочтение отдается более или менее сдержанному стилю общения, без какого – либо выражения чувств и эмоций, учитывая даже тот факт, что южные немцы по натуре экспрессивнее. Также немцы едва ли знакомы с активной жестикуляцией, подвижной мимикой или прерыванием беседы. Перебивать кого-то в ходе беседы считается крайне невежливым поведением.

Немцы гордятся своим умением говорить то, что думают. Ясность является главным аспектом в любой коммуникации. Немцы предпочитают прямой, откровенный, определенный и не привязанный к контексту способ общения. Они часто проявляют недоверие по отношению к арабским, азиатским и латиноамериканским партнерам из-за их неопределенного и многозначного способа выражения.

Как известно помимо вербальных активно используются невербальные средства общения. Немцы уделяют большое внимание формальностям даже при знакомстве и традиционных поздравлениях, всегда обмениваются рукопожатием при встрече и прощании. Свои поздравления они почти никогда не сопровождают улыбками, поскольку убеждены, что улыбаться незнакомым людям глупо и неискренне. В Германии приветствие и прощание сопровождается не только крепким пожатием рук, но и контактом глаз. Для Германии свойственна культура редких телесных соприкосновений, за исключением обязательного пожатия рук другого контакта в деловой среде не бывает.

Если вас приглашают на ужин домой, непременно соглашайтесь. Гости приходят обычно не слишком рано, а на десять-пятнадцать минут позже времени.. Гости - старые друзья приносят букет цветов с собой [19]. В Германии не принято дарить красные цветы, поскольку они символизируют пылкую страсть, а также лилии и хризантемы (в западноевропейских культурах это цветы жалобы). Количество цветов в букете должно быть нечетным, но ни в коем случае не тринадцать [1, с. 186]. Гости не приносят с собой вино (за исключением вин из известных погребов превосходного

качества). А вообще, Германия это неподарочная культура [1, с. 186]. На дорогие подарки немецкие партнеры реагируют только смущенно. Если вы все же хотите принести что-то с собой, то лучше всего, чтобы это была маленькая безделица со знаком фирмы или что-нибудь традиционное. Многие немцы строго различают грань между рабочей и личной жизнью. Несмотря на то, что немцы умеют быть замечательными хозяевами, угощение деловых партнеров не играет такой важной роли, как в других культурах. За завтраком о делах не говорят. В крайнем случае, этому можно посвятить некоторое время перед или после обеда или ужина, если местный предприниматель сам не начинает деловой разговор. Немецкий хозяин считает, крайне невежливым заставлять гостей есть или пить. Кроме того, немцы не привыкли к многочисленным комплиментам, которые в других культурах считаются обыкновением. Равным образом немцы очень сдержаны на похвалу, за одним исключением – они всегда похвалят любые старания гостей говорить на их языке.

Что касается делового внешнего вида то можно сказать, что неправильно подобранная одежда зачастую воспринимается как провокация: «Этот человек не считает нужным продемонстрировать мне свое уважение». При этом не имеет значения, по какой причине вы нарушили правила этикета – умышленно или по незнанию. Ваш собеседник видит только вашу бесцеремонность. Главное правило при выборе одежды – иметь четкое представление о том, чего именно ждут от вас другие, например ваши клиенты или партнеры. Женщинам ни в коем не разрешается носить шорты, майки, воздушные блузки и узкие брюки, мужчинам – белые или пестрые носки и слишком пестрые галстуки. Юбка как часть делового гардероба должна закрывать колени. В деловом гардеробе уместны приглушенные тона. О высоком профессионализме и компетенции свидетельствуют черный, серый и синий цвета. Классическим контрастом является сочетание черного и белого, невольно вызывающее уважение окружающих. Для деловой одежды непригодны легко мнущиеся ткани. Недопустимы в деловой сфере и

искусственные ткани: такая одежда, во-первых, не позволяет коже дышать, а во-вторых, не смотрится элегантно. Даже в жаркую погоду для женщин обязательны колготки. Отдавать предпочтение стоит кожаной обуви на невысоком каблуке. Цвет обуви – нейтральный. В офисе не принято носить богато украшенные туфли, обувь цвета «металлик», а также сандалии. Кроме того, к деловому стилю одежды не подходит белая обувь и туфли с открытым носом.

Если вы курите, вам придется смириться с некоторыми ограничениями, которые касаются курения в деловой жизни. Помните, что пассивное курение представляет собой немалый риск для здоровья, поэтому вы должны относиться предупредительно к тем, кто не курит. Перед тем как закурить, принято спрашивать, не мешает ли это другим. Помните, что есть места, в которых курение запрещено (на это, как правило, указывает соответствующая табличка). Нельзя также курить в зонах для некурящих – такие зоны есть в ресторанах, театрах, больницах, на вокзалах и в аэропортах. Кроме того, нельзя курить в церквях, музеях, лифтах и продовольственных магазинах. Во время продолжительной поездки на машине курящие часто не могут воздержаться от сигареты, а некурящие вынуждены вдыхать табачный дым. В качестве решения этой проблемы можно предложить короткие паузы во время езды. От курения следует отказаться также во время еды, особенно между несколькими блюдами. Не закуривайте, пока все присутствующие не закончат прием пищи [20].

Подводя итог, важно знать самое главное: к бизнесу немцы относятся очень серьезно, и поэтому ждут от своих партнеров такого же серьезного отношения. Компетентность, а не просто «связи», является главным ключом к деловому успеху в Германии.

### 1.3. Деловая культура во Франции.

Франция не менее интересна для изучения, чем другие европейские государства, в том числе и в области деловой культуры. В основе национального характера французов лежит их полное убеждение в том, что они являются первой нацией на европейском континенте. Это убеждение обусловлено важной исторической ролью страны в мировой истории, а также подкрепляется особенностями французского образования и воспитания. Достаточно часто французы просты в общении, даже фамильярны, но одновременно, могут быть заносчивы и высокомерны, помня о своем происхождении. Другие страны имеют нормы отличные от их, и они должны многому научиться, прежде чем правильно понимать эти вещи. Французы практически не знают о других народах, так как их образовательная система мало учит истории или географии малых стран. К иностранцам они относятся ни положительно, ни отрицательно. Если у вас хорошие товары, они будут вести с вами дела, но их позиция будет снисходительной. Французы — дальновидные, проницательные мыслители. Они предпочитают истину потугам популизма. Как и все мы они подвержены ошибкам в своих суждениях и склонны к предвзятости, но у них имеется огромный опыт в политике, войнах, в организации и управлении дома и за рубежом, в гуманитарных науках [21]. Как и немцев, их нельзя обвинить в том, что они легко смотрят на вещи. Долгое и весомое участие французов в европейских и мировых делах дает им основание утверждать, что их громкий и ясный голос должен быть услышан на международных форумах. Их политическая, военная и экономическая мощь больше не может доминировать на мировой арене, как это было когда-то, но французы не чувствуют, что у них теперь меньше прав или возможностей читать мораль или поучать других.

Французы мастерски владеют искусством делать работу незаметно. Если в других государствах люди, сурово и деловито нахмурившись, демонстрируют, как в поте лица достигли тех или иных успехов в развитии

промышленности или строительства, то французы своих усилий в этой области стараются не показывать. Словно необходимость много работать совершенно не сочетается, в представлении французов, со сложившимся о них мнением, что они давно уже открыли секрет умения жить хорошо [22]).

На самом деле французы очень серьезно относятся к своей работе, и это отношение сказывается на их поведении - вся их трудовая жизнь буквально пронизана множеством необходимых правил и формальностей.

Несмотря на строгость в работе, французы довольно дружелюбны. Обаяние французов очаровывает многих зарубежных партнеров, но поддерживать с ними деловые отношения, порой, бывает сложно. Многие французы достаточно болезненно относятся к сегодняшнему использованию английского в качестве международного языка общения, так как в прошлом языком международных переговоров и дипломатических встреч был французский [23]. Поэтому хорошее знание французского языка всегда будет особенно высоко оценено вашими партнерами. Если же французский язык вам не знаком, то на переговоры стоит подобрать квалифицированного переводчика, в совершенстве владеющего французским. Также возможно, французы оценят, если вы будете знать несколько фраз на их родном языке.

Во Франции специфичны правила ведения переговоров. Визитки играют важную роль в деловом общении. Визитки стоит делать односторонними, так как обратная сторона часто используется для различных записей. Все полученные вами во время переговоров визитки стоит класть не в карман, а в визитницу или бумажник.

Приветствовать человека лучше называя его фамилию, либо можно использовать обезличенное обращение "мсье" и "мадам". При встрече и прощании обязательно рукопожатие. Французам свойственны галантность, находчивость, остроумие и великодушие. В делах они нацелены на долгосрочные перспективы, поэтому с партнерами стараются установить тесное личное сотрудничество.



Французы большие поклонники ораторского искусства, любящие превращать переговоры в тренировку интеллектуальных способностей. Также часто французы любят полемику и дискуссии во время переговорного процесса, уважают способность человека эффективно и независимо от чужого мнения защищать свою позицию. Главное, чтобы в вашей позиции было все хорошо продумано и, логически объяснено, тогда положительное решение со стороны французов не заставит вас долго ждать.

Французы не любят в бизнесе риск. Их слабым местом является то, что они не имеют запасного варианта на случай провала. В общении с французами придерживайтесь логики. Если кто-то противоречит тому, что было им сказано несколько месяцев назад, они поймут его на этом противоречии.

Французы любят заключать долгосрочные контракты, и они пойдут на уступки, если кто-то «сломает» их логику. Французы любят официальные представления новому знакомому. Вежливость и официальность будут поддерживаться в течении всех деловых встреч.

Для того чтобы добиться лучшего результата, имея дело с французами, нужно изучить их психологию и тактику, когда они вступают в коммерческие сделки. Они подходят к переговорам чисто по-французски, что включает в себя следующие моменты.

- Они приходят на встречу официально одетые, относясь к этой встрече как к официальному событию.

- Они используют обращение по фамилии и официальное представление и рассаживаются в соответствии со статусом.

- Вежливость и официальность будут поддерживаться во время переговоров, если французы "руководят" ими.

- Их логичность будет приводить к пространному анализу всех обсуждаемых вопросов. Поэтому встреча может быть продолжительной и многословной.

- Они не предъявляют свои требования в начале встречи, но подводят к ним с помощью тщательно сконструированных логических обоснований.

- Они раскрывают свои намерения позднее, в процессе переговоров (что другие люди, например, американцы, расценивают как хитрость).

- Французы стараются выяснить цели и требования другой стороны с начала переговоров. Американцы обычно вызывают на это, выкладывая все свои карты на стол.

- Французы подозрительно относятся к раннему установлению дружеских отношений при обсуждении и, не любя! обращения по имени, снятия пиджаков или обсуждения личных или семейных деталей.

- Они гордятся своей быстротой мышления, но не любят, когда их торопят в принятии решений. Переговоры для них - не скорая процедура.

Они редко принимают важные решения во время переговоров. Часто тот, кто отвечает за принятие решений, отсутствует на встрече.

Они всегда стараются быть точными. Французский язык облегчает эту задачу.

Они могут быть несколько обидчивыми, если не чувствуют должного уважения или если не соблюдается протокол.

Они часто уклоняются от повестки дня и подолгу говорят по ряду вопросов в произвольном порядке. Личные взгляды влияют на их действия в интересах компании.

- Другие члены их команды на переговорах часто являются их близкими друзьями, коллегами по университету или даже родственниками,

- Они прибывают на переговоры заранее хорошо информированными, но при этом смотрят на вещи сквозь французские "очки" и не видят международный контекст встречи [22].

Французы очень строгим образом относятся к соблюдению делового этикета. Тщательнейшим образом будет оцениваться внешний облик

партнера при деловой встрече. Все должно быть просто безукоризненным, начиная от одежды с обувью, а так же аккуратной прически, и заканчивая руками. При выборе подходящего делового костюма, лучше всего будет отдать предпочтение цветам более темным. Женские костюмы должны быть простыми, но при этом очень элегантными.

Планируя деловую встречу, договориться о ней необходимо будет заблаговременным образом. Наличие строгой пунктуальности между деловыми партнерами расценивается французами, как элементарная вежливость. Осуществляя выбор времени, в которое будет происходить встреча, обязательно нужно учесть, как момент деловой занятости собеседника, так и его же бытовой занятости.

Большое внимание стоит уделить деловому обеду. Для французов деловой обед более приемлем, чем ужин. При этом стоит помнить, что совместная трапеза чаще всего не предполагает обсуждения деловых вопросов, скорее она просто устанавливает личные отношения. Если же все-таки есть необходимость обсудить детали дела, то стоит это делать ближе к подаче десерта. Кухня для французов предмет их национальной гордости, поэтому, скорее всего, деловой обед может состояться во французском ресторане. Во время обеда во Франции может быть подано вино, даже несколько вин к разным блюдам – закуске, основному блюду и десерту. Не стоит отказываться от вина, это же Франция! Если вы не большой поклонник вин, просто пейте медленно. Тот, кто приглашает на обед или ужин, как правило, платит за всех [23].

Таким образом, в деловых взаимоотношениях следует стремиться к тому, чтобы выглядеть "более человечным", так как французы, в конце концов, относятся к романским народам, несмотря на их логичность и точность. Они любят интересные разговоры и не жалеют на них времени. Будьте открытыми и общительными, именно тогда французы оценят Вас по достоинству.

2. Сравнительная характеристика европейской деловой культуры с особенностями других стран.

### 2.1. Сравнение деловой культуры России и Европы.

Деловая культура каждой страны имеет свои особенности, но и общие черты тоже есть, ведь многие государства заимствуют друг у друга тот опыт в деловых отношениях, который они еще не получили. В этом параграфе мы рассмотрим, чем отличается деловая культура Европейских держав от Российской.

В России деловая культура находится еще на стадии формирования, тогда как Европейская давно сложилась и устоялась. Руководители российских фирм и предприятий убеждены, что от них мало что зависит. Они не могут планировать свое будущее и ориентируются на сегодняшний день. К персоналу относятся как к послушным исполнителям, они не допускают персонал к управлению делами; достижения и успех связывают с личной престижностью и статусной ценностью. В деловой российской культуре при принятии решений преобладает индивидуализм, собрания не проводятся, решения принимаются руководителем единолично или в небольшом кругу людей, дистанция власти определяется по выбору руководителя и противоречит утвержденному им же порядку, приказы бывают адресованы на два три уровня ниже по иерархической лестнице, что нарушает принцип единоначалия. Главы же организаций в Европе приветствуют инициативу и стараются брать все в свои руки, не полагаясь на случай. В коллективе руководитель исполняет роль помощника, наставника, который в нужный момент может помочь и подсказать. А успех это достояние каждого, ведь каждый вносит свой вклад. Для Европы характерна низкая степень дистанции власти. В работе иерархия не воспринимается как естественное состояние или единственно возможный базовый принцип построения организационной структуры. Иерархия – это всего лишь временное ролевое неравенство, нужное для удобства управления повышающее его эффективность. Поэтому руководитель, едва выйдя из офиса, обычно

перестает быть босом для подчиненных и превращается обычного Джона, Пита и т.п. В связи с этим лучший босс – это грамотный и наделенный дополнительными ресурсами (как административно-финансовыми, связанные с должностью, так и личными талантами и способностями) демократ. Восприятие иерархии как временного ролевого неравенства обуславливает иной характер взаимодействий босс – подчиненный. Разницы между приятелем и коллегой в Европе практически не существует. На работе все за редким исключением называют друг друга по имени. Для России характерно преобладание авторитарных руководителей. В организации начальник выстраивает строгую административную иерархию, где за каждым работником жестко закреплены его трудовые обязанности.

В одних обществах и культурах в системе ценностей превалируют коллективистские подходы и принципы, в других акцент делается на индивидуалистских чаяниях и стремлениях личности. Часто, характеризуя то или иное общество, говорят: «это общество коллективистов», или «это общество индивидуалистов». Под коллективизмом понимается такая система ценностей, в которой человек воспринимает себя как часть группы, а уже затем как отдельную личность. В индивидуалистской системе ценностей личность выходит на первое место. Для Европы характерна максимальная степень индивидуализма. Европейцы откровенно высказывают критические замечания своим коллегам. Работники на службе продвигаются и нанимаются исключительно только со своими личными достоинствами. В организациях на работе управление ориентировано на личность, а не на группу. Каждый европеец в своей работе ориентирован на личный успех и карьеру. Для России характерен коллективизм, ориентация человека на группу, свойство, в значительной степени культивировавшееся преднамеренно в советские времена как важнейшее средство тоталитарного контроля. Для Европы характерно ориентация на дело. Акцент, даже среди друзей делается на соревновательность и высокие результаты. В России при управлении менеджеры ориентируются на человека, на развитие отношений

между сотрудниками организации. Для них главное сохранить команду, чем достигнуть какой-либо цели.

Отношение к работе также отличается. В России люди не привыкли ориентироваться на качество, здесь в приоритете количество. Многие представители российской деловой сферы к работе относятся менее ответственно, чем их европейские коллеги, которые скрупулезно рассматривают мельчайшие детали и особенности ведения бизнеса.

Время в Европе большая ценность и пренебрежение к нему недопустимо. Если по каким-либо причинам вы не можете быть на встрече, переговорах вовремя, то обязательно нужно предупредить об этом, иначе Вы рискуете остаться без деловых партнеров и заключенных контрактов. Также не следует смешивать личные и деловые отношения, здесь у европейцев достаточно строгая грань. В России в этом плане все более лояльно. Время здесь назначают спонтанно, ничего не имеют против того, чтобы делать одновременно несколько дел, смешивают личную и деловую сферы.

Кроме того, у европейцев структурирована каждая мелочь, все систематизировано, что позволяет выстроить рабочий процесс самым эффективным способом. Российские представители деловой сферы, возможно в силу своей ментальности, привыкли к некой хаотичности и спонтанности. Увидеть жесткую системность на предприятии большая редкость.

Главное, что интересует европейцев – это честные сделки или взаимовыгодные отношения – как они сами их называют. Хотя, в переговорах они могут надавить на партнера. Для них главное успех – ведь за успехом следует новый успех. И русские так же стремятся к взаимовыгодному сотрудничеству, ориентируясь на получение не только краткосрочной выгоды, но и на долгосрочное сотрудничество.

Европейские бизнесмены обладают репутацией самых жестких деловых людей в мире, тем не менее, с ними во многих отношениях легче иметь дело. Это вызвано тем, что их философия проста. Их цель – заработать

как можно больше и как можно быстрее, используя для достижения этой цели такие средства как упорный труд, быстрота действий, приспособленчество и власть (в том числе и власть самих денег). В принятии деловых решений они, как правило, не руководствуются сантиментами и считают, что валюта если даже и не Бог, то, по крайней мере, всемогуща. Такое целенаправленное стремление европейцев к получению прибыли часто воспринимается как безжалостное. Русские чаще воспринимают прибыль не как цель, а как средство для реализации своих проектов.

Но стоит отметить, что во внешнем виде и деловом этикете Россия многое переняла и многому научилась у Европы, поэтому здесь мы не найдем отличий, разве что незначительные.

Таким образом, при сравнении мы увидели черты, свойственные как европейским странам, так и России. Но, что более важно, рассмотрели особенности, которые делают страны Европы и Россию отличными друг от друга. А именно различия дают почву для более глубокого взаимного изучения деловых культур.

## 2.2. Сравнение деловой культуры Европы и Азии.

Независимость, индивидуализм, эгалитаризм, решительность, самоуверенность, прямолинейность, надежность, обязательность, точность, пунктуальность, инициативность, целеустремленность, мобильность, энергичность, оптимизм — так могут оцениваться специфические отличительные черты Западной деловой культуры. Уклончивость, иерархия, коллективизм, ритуальность, декоративность, чиновничество, зависимость, обычно воспринимаются как специфические характеристики Восточной культуры.

Коллективизм и групповая ориентация — как в бытовой, так и в деловой сфере — изначально присущи Восточной деловой культуре. В Восточной культуре ячейкой общества является не индивидуум, как на Западе, а группа. Человек здесь идентифицирует себя с группой прежде всего и меньше всего как индивидуум, личность. Выдвижение индивидуальных интересов на востоке невежливо и граничит с неприличием. Коллективизм в Восточной культуре возведен в абсолют — до открытого родственного протекционизма, клановости и кумовства.

Для восточных обществ характерна, в отличие от западных, жесткая иерархия и большая дистанция власти. Это означает, что различия полномочий разных уровней иерархии велики. Восточное общество с его тысячелетней историей организовано строго по вертикали. Возраст и стаж работы традиционно вознаграждался здесь чаще, чем квалификация. Молодого сотрудника не принято продвигать по служебной лестнице прежде, чем более старшего, пусть и менее квалифицированного. В Европе все зависит от ваших способностей и упорства.

Время в западном понимании — линейно и состоит из прошлого, настоящего и будущего. Время — ресурс, который надо планировать и рационально использовать; время — это деньги. Западные культуры преимущественно моноактивны, т.е. все события последовательно и упорядоченно распределены во времени и в момент времени делается одно



дело. Европейец знает, сколько стоит час его времени. На Востоке время менее явное понятие, оно не линейно, а концентрично. Если прошел период времени, а запланированное не выполнено, это не значит потери времени, которое вернется вновь на следующем цикле — дня, недели или года. На Востоке события привязаны не столько ко времени, сколько к обстоятельствам и людям.

«На Востоке думают одно, говорят второе, а делают третье». Эта восточная мудрость может восприниматься некоторыми как хитрость, лукавство и даже нечестность. В то же время традиция западного бизнеса не разделять слова и поступки может рассматриваться как неожиданная прямолинейность, простодушие и неосмотрительность.

Прямолинейность в Западной культуре, кажется японцам вызывающе невежливой и почти наглостью. Если европейец не смущаясь отказывается от неинтересного предложения, то в Японии нет слова «нет». Японцы считают его невежливым и всячески уклоняются от прямого отказа, хотя именно он и подразумевается на деле по мнению партнеров. «Прямолинейность европейцев проявляется в готовности начать переговоры сразу с дела — с цифр, документов и конкретных предложений, даже если партнеры видят друг друга впервые. Потеря времени для них — потеря денег. Такая, с точки зрения восточных партнеров, «неосмотрительность» и неосторожность обусловлена высоким уровнем развития правовых отношений в странах Запада, обеспечивающих участникам реальную защиту от обмана партнера. Нарушение контракта одной из сторон легко и привычно может разрешаться судом и нарушитель реально карается законом. В странах Востока не создано такой всесторонней и надежной юридической защиты сторон, поэтому гарантией надежности партнера являются родственные связи и достаточно хорошее личное знакомство с потенциальным партнером, т.е. наличие дополнительных интересов.

Решительность европейца проявляется в готовности принимать решения на переговорах (а не до или после, как у восточных бизнесменов).

Японцы и китайцы на переговоры приходят группой с уже готовым решением. Члены й группы согласовывают свою позицию между собой до начала переговоров и не меняют её в течение самого процесса переговоров. Решение не может ими быть изменено, потому что они уже приняли его. Для изменения позиции надо вновь собраться в собственном кругу и согласовать друг с другом новый вариант, который только после этого вновь выносится на переговоры с противоположной стороной. Европейцы и представители Востока придают деловым встречам разное значение. европейцы приходят на встречу обсудить проблему и искать решение. На востоке считают, что собрание созывается для объявления решения и для того, чтобы показать, что все с этим решением согласны.

Но можно отметить и общие черты. И в Европе, и в Азии очень внимательно относятся к мелочам, будь то деловые рабочие моменты или внешний вид. Все должно быть выполнено в наилучшем виде, ведь от этого зависит их репутация. И будьте готовы к тому, что представители Запада и Востока потребуют от вас должной скрупулезности.

Кроме того, представители Азии, как и представители Англии и Германии, достаточно осторожны с ярким проявлением своих эмоций, считая это дурным тоном в деловой сфере. Это дает право говорить о серьезности намерений с обеих сторон.

Азиаты с глубоким уважением чтут свои традиции и стараются следовать им во всех сферах жизни общества, в том числе и деловой. Эта особенность сильно сближает их именно с Англичанами, которые также блюдут ценность прошлых поколений, выраженную в правилах и традициях.

Таким образом, в ходе сравнительной характеристики стран Европы и Азии, мы выявили, в чем состоит уникальность деловых отношений в восточной и европейской культуре, и что делает их близкими друг к другу.

## Заключение

Подводя итог проделанной работе, можно сказать, что традиционные отличия закладываются в каждую культуру на пути исторического развития и могут включать в себя особенности территориальные, этнические, демографические, психологические, религиозные, социальные, этические, моральные, правовые и многие другие.

Мы изучили теоретические особенности стран Европы: Великобританию, Германию и Францию. Для Великобритании характерна приверженность к многовековым традициям и системная организация всего, что относится к деловой сфере и жизни в целом. Германия – страна педантичных и строгих людей, что сказывается на ведении бизнеса и на взаимоотношениях с партнерами. Во Франции же люди более лояльны и эмоциональны, хотя в бизнесе они сдержанны и организованы, что делает их не менее привлекательными партнерами.

Также были даны некоторые практические рекомендации для использования их в режиме переговоров и заключения контактов.

Во второй части работы был произведен сравнительный анализ стран Европы и Азии. Выявление схожих и отличных черт государств друг от друга может помочь нам наиболее тактично выстраивать деловые взаимоотношения и продуктивно продвигаться вперед, будь то частное небольшое предприятие или межнациональные крупнейшие контракты. Знание иностранной культуры дает нам преимущество перед необразованными людьми в этой сфере. И важно помнить, что каждое деловое взаимодействие – это кирпичик в строительстве крепкой стены сильной национальной экономики, которая и определяет уровень вашего благополучия и стабильности.

## Список литературы.

1. Дусенко С.В. Профессиональная этика и этикет: учеб.пособие для студ. Учреждений высш. Проф. Образования/ С.В. Дусенко. – М. : Издательский центр «Академия», 2011. – 224 с.
2. Ожегов С. И. , Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / Рос. АН, Ин-т рус. яз. , Рос. фонд культуры. М. : Азъ, 1992
3. Опалев А.В. Умение общаться с людьми. – М.: ЮНИТИ, 1996. – 318 с.
4. Пост Э. Этикет: Пер. с англ. – М.: МАИК «Наука/Интерпериодика», 2000. – 800 с.
5. Этикет: деловой, дипломатический, повседневный. – М.: Амалфея, 2002. – 464 с.
6. [www.gigabaza.ru](http://www.gigabaza.ru)
7. [www.elitarium.ru](http://www.elitarium.ru)
8. toemigrate.com
9. knowledge.allbest.ru
10. uchebnikionline.com
11. vos.dviger.com
12. [www.moslady.com](http://www.moslady.com)
13. revolution.allbest.ru
14. turist–travel.net/tags/germaniya
15. [www.ngpedia.ru](http://www.ngpedia.ru)
16. karriere.rusverlag.de
17. nashaucheba.ru
18. ecouniver.com
19. ru.exrus.eu
20. profiz.ru
21. 5rik.ru
22. [www.biblifond.ru](http://www.biblifond.ru)

23. [www.rusexporter.ru](http://www.rusexporter.ru)