

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА, ТУРИЗМА И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
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»
ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ АРАБСКИХ СТРАН И СТРАН
ВОСТОКА

Выполнил:
студент 1 курса
группы 4341
Квашнина Ю.Н.

Руководитель:

Петрик Л.С.

Казань 2014

Содержание

Введение	3
1. Теоретические особенности делового этикета стран Востока	7
1.1 Деловая культура Японии	7
1.2 Деловая культура Китая	11
1.3 Деловая культура Южной Кореи	15
2. Теоретические особенности делового этикета арабских стран	18
2.1 Деловая культура ОАЭ	18
2.2 Деловая культура Саудовской Аравии	22
Заключение	26
Список использованных источников и литературы	28

Введение

Данная тема курсовой работы является актуальной на сегодняшний день. Изучение делового этикета восточных и арабских стран несомненно поможет при деловых и неофициальных коммуникациях с представителями этих стран в ходе ведения бизнеса в сфере предоставления услуг.

В наши дни в международный бизнес включается все большее количество людей из разных стран. Каждый из них является частью той или иной культуры, каждый привносит значительный элемент национальной специфики. Однако в процессе межличностных и деловых связей с представителями других стран важно иметь информацию об особенностях их национального характера и отличительных манерах поведения, чтобы быть готовым к возможному проявлению непредвиденных действий, поступков. Особенно это касается восточной и арабской культур, так как представители именно этих культур строго придерживаются традиций и обычаев своих стран.

Многие крупные компании проводят специальные обучающие семинары по основам культуры и этикета той страны, в которую их сотрудники отправляются в командировки.

Учебные заведения среднего и высшего профессионального образования, программы обучения которых подразумевают международные деловые коммуникации будущих специалистов, вводят в учебный процесс такие дисциплины, задачей которых является общее и углубленное ознакомление с особенностями межнационального делового общения. В Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма это особенно актуально на таких направлениях как «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис».

Сейчас перед нами стоит задача – теоритические изучение особенностей деловой культуры восточных и арабских стран для использования полученных знаний на практике в будущем.

Для изучения данной темы мы будем использовать литературу российских и зарубежных авторов по международным коммуникациям и деловому этикету, а также Интернет-ресурсы.

В данной курсовой работе применяются термины и базовые понятия из курса профессиональной этики и этикета, которые ниже подробно разобраны.

Этикет – это совокупность правил поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений (обхождение с окружающими, формы общения и приветствия, поведение в общественных местах, манеры и одежду). Этикет, как и общение, можно разделить на деловой и неофициальный. Деловой этикет регламентирует поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей. Дипломатический протокол отличается упорядоченностью и строгостью [4, с.5].

Слово «этикет» (от фр. *etiquette*) произошло от названия карточек – «этикеток», которые во Франции при Людовике XIV раздавали на светских приемах. На них были изложены правила поведения, за соблюдением которых следили церемониймейстеры.

На этикет огромное влияние оказывают идеологические и социально-экономические факторы. Этикет – явление национальное. То, что считается вежливым у одного народа, может быть истолковано как жест невежливого отношения к собеседнику у другого [6, с.139].

Культура общения – это часть культуры поведения, которая выражается главным образом в речи, во взаимном обмене репликами и беседе. Коммуникативная культура делового общения – своего рода этикет, принятый в деловом мире. Это особая форма поведения, соответствующая ситуации; система, заключающая в себе речевую, невербальную, логическую и психологическую составляющие. Деловая культура также подразумевает под собой особую психологию общения. Ведь деловая беседа и коммерческие переговоры ведутся по разным сценариям и с разными

людьми, к которым нужно найти подход, особенно если это международные переговоры.

Деловое общение является предметно целевой деятельностью и направлено на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности. По мнению Ю.М. Жукова, деловой коммуникации предмет общения и отношения участников к нему (их предметные позиции) являются основными определяющими процесса общения [2, с.37]. Умение понимать предметные позиции партнеров является необходимым условием успеха коммуникации. Основной задачей деловой коммуникации можно назвать продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей, установление и улучшение партнерских отношений [3, с.19].

В ходе деловых переговоров с представителями зарубежных фирм и организаций необходимо помнить, что у каждого народа есть свои традиции, обычаи, устои, мировоззрение. Это не может не влиять на деловое общение. С развитием цивилизации, с все большим взаимопроникновением национальных культур соблюдение традиций в международной деловой коммуникации становится важным моментом организации и проведения международных переговоров и встреч. В основе особенностей деловой этики и делового этикета лежат не только традиции, но и черты национального характера. Незнание этих особенностей может произвести на деловых партнеров негативное впечатление как на начальных стадиях, так и в ходе ведения дел.

В основе делового этикета также лежат черты национального характера. Национальный характер – это нечто приобретенное во время взаимодействий внутри определенного сообщества людей на протяжении многовековой истории; совокупность важнейших способов общения, сложившаяся на основании системы ценностей данного общества, которая усваивается им как на сознательном, так и на бессознательном уровне.

Цель данной работы – совершенствовать свои знания в сфере культуры делового общения с представителями арабских стран и стран Востока. Для этого нужно решить следующие задачи:

- изучить особенности деловой культуры восточных стран;
- изучить особенности деловой культуры арабских стран.

1. Теоретические особенности делового этикета стран Востока

1.1 Деловая культура Японии

На Востоке существуют своя культура и обычаи. Восточный этикет значительно более церемонен, чем европейский, глубже уходит корнями в прошлое, в собственные традиции и историю. Большинство стран Ближнего, Среднего и Дальнего Востока сформировались на основах древней цивилизации и философии мировых религий Востока, что, несомненно, влияет и на характер деловой коммуникации. Особенности деловой культуры Востока мы хотим рассмотреть на примере трех экономически развитых восточных стран, с которыми Россия устанавливает деловые контакты или уже сотрудничает на протяжении длительного периода времени.

Этика японских бизнесменов существенно отличается от этики представителей Запада. Для того, чтобы действия японской стороны не вызвали недоумение и не были неправильно истолкованы, необходимо учитывать национальные различия и изучать правила, которыми пользуются при ведении переговоров в Японии.

Японская этика делового общения – совокупность нравственных норм и правил, регулирующих поведение людей в процессе их производственных взаимоотношений на территории Японии. Япония славится своими многочисленными и многовековыми традициями. Вся жизнь японцев насыщена церемониями и подчинена строгим обычаям и правилам. При ведении бизнеса с японцами об этом следует всегда помнить и уважать их национальные обычаи, впрочем, как и обычаи других народов. Главное отличие национального характера японцев от других народов – это ярко выраженный коллективизм, который прививается японцам с детских лет. Японцы учатся подавлять собственные амбиции и порывы, а также свои сильные стороны, чтобы не смущать ближних. [10]

Таким образом, с годами, у японцев формируются такие качества, как приверженность традициям, дисциплинированность, трудолюбие, умение

работать в команде, преданность авторитету, чувство долга, самообладание, вежливость, аккуратность, организованность. Они и определяют их отношение ко многим вещам, в том числе к работе и бизнесу.

В Японии общество разделено на социальные группы и имеет иерархическую структуру; в этом обществе особое ударение делается на согласии и лояльности, что выражается в исторически сложившемся пожизненном найме и минимальной мобильности работников [1, с.164].

По законам японской морали, взаимная зависимость людей друг от друга – основа отношений между людьми. Отсюда вытекает еще одна знаменитая черта японца – верность группе, фирме, государству, нации и сопутствующие этому патриотизм и самоотверженность при отстаивании их интересов, а также высокая организованность. Японцы судят о человеке, прежде всего, по его принадлежности к той или иной группе. [11]

Деловые контакты японцы предпочитают налаживать через посредников, а не с помощью писем и телефонных звонков. Они стремятся установить личные взаимоотношения, поэтому первый контакт они считают лучше осуществлять по рекомендации известного японской фирме лица [5, с.75].

Потенциальный партнёр, к которому вы обратитесь устно или письменно по рекомендации посредника будет считать своим долгом (т.е. гири - по отношению к посреднику) помочь вам. Причем, степень чувства долга будет прямо пропорциональна степени зависимости от посредника. В силу того же гири посредник будет ожидать вознаграждения в той или иной форме, как в виде встречной услуги, так и материально. [10]

С японскими фирмами очень сложно наладить контакты путем переписки и телефонного общения. Причины этого заключены в следующем:

1) большинство работающих на национальном рынке мелких и средних фирм ведут свои дела на японском языке и для контакта с ними нужен переводчик;

2) не зная партнера, японские бизнесмены не любят вступать с ним в деловые отношения;

3) в японских фирмах существует довольно сложная процедура принятия решений;

4) японцы предпочитают личные беседы и не обсуждают важные вопросы с помощью переписки или телефона. [12]

При личной встрече важно помнить, что непосредственный контакт между людьми в Японии не принят. Поэтому от похлопываний по плечу, касания рук, объятий лучше воздержаться. Несмотря на то, что в деловой этикет японцев начинает входить западное рукопожатие, основным и традиционным приветствием является поклон, и чем он ниже, тем больше уважения выказывается.

При налаживании деловых отношений с японцами большое значение имеет процедура обмена визитными карточками, поскольку они скрупулезно соблюдают субординацию. Знакомясь, японцы стремятся сразу же выяснить, какое положение относительно другого человека они занимают, что естественнее всего сделать с помощью визитки. Чтобы оставить положительные впечатления о себе, желательно отнестись к этой процедуре со всей серьезностью и аккуратностью. В Японии принято вручать визитку двумя руками с легким поклоном, так, чтобы лицевая сторона была обращена к вашему деловому партнеру. Если статус японского бизнесмена выше вашего, то принимайте его визитку так же двумя руками, а если ниже – то, достаточно принять ее одной рукой, правой. В противном случае японец будет смущен. Считается невежливым держать визитки в кармане брюк, тем более в заднем; лучше завести для них визитницу и носить ее в кармане пиджака или нагрудном кармане, а женщинам – в сумочке. Получив визитную карточку следует прочесть ее, а не бегло пройти глазами – это знак неуважения, и вручить свою визитку в ответ. [10]

Деловые переговоры японцы проводят не только в офисах, но и в чайных домах, полях для гольфа. Поэтому не стоит удивляться, если за партией в гольф ваш японский деловой партнер будет обсуждать бизнес.

Отличительными чертами японского стиля на переговорах являются доброжелательность, терпимость, корректность, внимательное отношение к деталям. Специфика невербальных коммуникаций выражается в том, что у японцев особенно велико влияние контекста на переговорный процесс: они стараются избегать слова «нет», предпочитают иносказательные выражения («это очень трудно» или «это необходимо тщательно изучить»), чтобы сохранить общую атмосферу гармонии и доброжелательности, поскольку, прежде всего они нацелены на создание теплых неформальных отношений с партнерами. Японцы стараются избегать присутствия на переговорах женщин, им удобнее вести переговоры с мужчинами. Система принятия решений и согласований на переговорах с японской делегацией достаточно сложная, многоуровневая, решения принимаются коллективно.

Таким образом, мы выяснили, что Япония, страна с многовековыми традициями, имеет свои специфические черты в деловых коммуникациях, знание которых необходимо при ведении бизнеса с представителями этой страны.

1.2 Деловая культура Китая

За последнее десятилетие Китай прочно укрепил свои позиции в экономике. С Китаем сотрудничают большинство стран мира, в том числе и Россия. Поэтому китайцы со временем адаптировались к общепринятым нормам делового общения и этикета. Тем не менее, они широко используют те традиции и обычаи, которые складывались на их территории с давних времен и которые берут свое начало в истоках азиатской культуры [9].

В отношении делового этикета китайцы довольно педантичны. Но в целом, это дружелюбный и открытый народ.

Китайский стиль ведения коммерческих переговоров характеризуется четким разграничением отдельных этапов: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап. [5, с.76]

При встрече китайцы обмениваются рукопожатиями, но могут просто поклониться или кивнуть головой. Кланяются они от плеч, а не от пояса, как японцы. Приветствует первым старший по возрасту. Общераспространенное приветствие «Ни хао ма?» дословно переводится «Хорошо ли Вам?». Ответить надо: «Хао! Сесе!», то есть «Хорошо, спасибо!». Иногда вместо приветствия можно услышать: «Ни чифань ла ма?» («Кушали ли Вы?»). Как правило, отвечают: «Чи ла! Сесе!» («Кушал, спасибо!»). Одна из древних особенностей китайцев – забота о ближних. Спрашивая о том, кушали ли вы, китайцы беспокоятся о вашем здоровье и самочувствии. Этот вопрос распространен в Китае так же, как «как дела?» на западе [13].

При обращении в деловом общении у китайцев принято говорить «господин» или «госпожа» перед фамилией – это свидетельствует о большом уважении к человеку. Также приветствуется использование официальной должности или титула китайца, а затем фамилии. На «вы» обращаются к пожилым или малознакомым людям. Обращение по имени распространено только у близких родственников или друзей примерно одного возраста. [9]

Женщины в Китае не берут фамилии мужей, значит, она не должна звучать при обращении.

При знакомстве, как и в большинстве стран, китайцы обмениваются визитными карточками. Принимать и подавать их нужно так же, как и в Японии, двумя руками. Этим вы выражаете почтение и внимание к человеку.

К деловому общению жители Поднебесной относятся со всей строгостью: они не допускают улыбок, а тем более смеха. В отличие от России, в Китае деловые отношения носят более формальный характер, исключая более близкие контакты (рестораны, театры, кафе, клубы и т.д.). Это объясняется щепетильным отношением китайцев к разграничению бизнеса и личного общения.

Все китайцы, особенно женщины, крайне не любят прикосновений незнакомых людей, в том числе иностранцев. Обнимания, похлопывание по спине, поцелуи и другие формы телесных контактов могут быть восприняты с неприязнью. Брать женщину под руку, помогать надевать пальто, уступать ей место, открывать перед ней дверь не принято. Действует старое конфуцианское правило: когда мужчина и женщина дают или берут что-либо друг у друга, они не должны касаться друг друга. [13]

Никогда не показывайте на китайцев указательным пальцем. Для этого служит открытая ладонь внутренней стороной кверху. Никогда не подзывайте никого, маня пальцем. Этому служит в Китае движение пальцами ладони — внутренняя поверхность ладони вниз. Щелчки пальцами, свист считаются очень неприличными в Китае.

Китайцы щепетильно относятся к времени. Поэтому на деловые встречи или переговоры нужно приходить за пару минут до назначенного часа, а если вы опоздаете, то ваши китайские партнеры примут это как оскорбление и, возможно, именно из-за опоздания исход переговоров будет не в вашу пользу.

За месяц до начала переговоров с партнерами из Китая отправьте им подробное описание вашего предложения, экземпляры необходимой дополнительной документации. Это необходимо потому, что китайцы ответственно подходят к решению всех бизнес-вопросов и им требуется время на рассмотрение вашего предложения, изучения всех аспектов, а важные решения они принимают коллегиально, иногда с использованием голосования. [9]

Как правило приходя на деловую встречу китайцы полностью к ней подготовлены. Они изучают всю деловую документацию рассматриваемого вопроса вплоть до правовых норм, консультируются с юридическими компаниями и специалистами в затронутых в переговорах темах, просматривают все нюансы.

Китайцы крайне недоверчивы в бизнесе, поэтому найти хорошего делового партнера в этой стране достаточно сложно. Дело в том, что любое бизнес предложение от европейца воспринимается китайцем как предложение с подвохом, которое нужно вычислить и обернуть в свою пользу. И если у вас еще не налажены тесные партнерские контакты с китайской компанией, желательно воспользоваться услугами посредника, который бы организовал официальное представление вашей фирмы.

После того, как договоренность о встрече достигнута, в соответствии с китайским деловым этикетом, вы должны предоставить потенциальному партнеру полную информацию о своей компании и изложить желаемый результат встречи.

Обычно окончательные решения принимаются китайской стороной после долгих и тщательных согласований. Порой это отнимает немало времени. В китайской делегации, как правило, много экспертов. В результате её численность часто оказывается достаточно большой.

Китайцы стремятся, чтобы на переговорах партнер первым "открыл свои карты" - высказал точку зрения, сделал ключевые предложения и т. д. Сами китайцы делают уступки обычно под конец переговоров, после того

как оценят возможности противоположной стороны. Большое значение китайская сторона придаёт выполнению достигнутых договоренностей. Специфика китайского стиля ведения переговоров состоит в акцентированной стратагемности мышления китайцев, склонности к использованию интеллектуальных ловушек в процессе коммуникаций, к изложению своей позиции не прямо, а намеками. С точки зрения этикета, китайцы безупречно вежливы, подчеркнуто, уважительны к партнерам, стремятся соблюдать иерархию и уважать статус каждого участника переговоров, проявляют спокойствие, терпение и гибкость в процессе общения. Особенности невербальных коммуникаций: стремятся избегать фамильярности и панибратства как внутри своей делегации, так и в отношениях с партнерами.[9]

1.3 Деловая культура Южной Кореи

Республика Корея, часто именуемая Южной Кореей из-за своего географического расположения на корейском полуострове, относительно молодое государство на международном экономическом рынке. Но несмотря на это, Южная Корея уже достаточно громко заявила о себе и известна как «государство-фабрика». Эта страна импортирует сырье, перерабатывает его и вывозит на экспорт уже готовый продукт во многие страны мира. [9]

Корейцы – ярые приверженцы конфуцианства и своих многолетних традиций, поэтому им достаточно трудно подстроиться под мировые стандарты ведения бизнеса и деловых переговоров.

Без личного контакта, без личного общения в Корее не решается ни один вопрос. Невозможно наладить контакт с корейскими партнерами по бизнесу с помощью телефонного звонка или письма. Необходима личная встреча, о которой договариваются через посредника, который может представить интересующую корейского бизнесмена фирму, ее направленность, статус руководителя и других работников. В этой стране сильна конфуцианская мораль, согласно которой в межличностных отношениях следует учитывать чувства другого, уважать его права. [5, с.75]

Возраст и общественное положение имеют большое значение для корейцев, поэтому перечисление ваших титулов и регалий очень важно при первой встрече с вашим потенциальным деловым партнером. Существует предположение, что этим объясняется необычайная пристрастие корейцев к визиткам, поскольку только посмотрев на визитку можно выяснить социальный статус ее владельца, а значит и то как себя вести с ним. [8]

Важным условием успешных переговоров и встреч с представителями Южной Кореи является уважительное и внимательное отношение к их статусу. В этом непросто разобраться, так как система должностей и рангов в корейских компаниях и организациях весьма отличается от нашей, а в английском переводе может ввести в заблуждение. Так, высшее должностное

лицо компании может иметь различные названия и по-корейски, и в английском переводе, причем одни и те же названия могут быть переведены на английский по-разному. Как правило, главой фирмы (а нередко и ее владельцем) является ее председатель, часто не имеющий четко очерченного круга обязанностей, но обладающий широкими полномочиями. Главная исполнительная власть - президент, председатель совета директоров, далее следуют вице-президенты, управляющий директора, начальники отделов и их заместители. Следует обратить внимание на то, что владелец компании, чья должность на родине звучит как «директор», в Корее должен именовать себя не иначе, как «президент компании», так как «директор» в Корее – это всего лишь менеджер среднего звена. [14]

Неформальные связи играют важную роль при решении деловых вопросов и проблем в Южной Корее. Здесь сильны региональные, клановые, дружеские связи. Большое значение имеет наличие родственников или друзей в высших эшелонах власти. Выяснение степени реальной влияния партнера очень важно для оценки перспективности любого начинания, так как часто лишь неформальная поддержка может решить дело. Если партнер в числе своих родственников или друзей имеет влиятельных людей, для него возможно то, чего никогда не получит не имеющий таких связей, какое бы формальное право он на это не имел.

Огромное внимание уделяется вопросам этикета. Правильно подобранная одежда - существенный момент корейского делового этикета. Корейцы щепетильны в вопросах одежды. Для мужчин и женщин обязательен строгий деловой костюм. Мужчина должен носить строгий деловой костюм неброских цветов, белую рубашку и неяркий галстук. Из деловой одежды женщин исключены брюки. Не принято курить в присутствии старших по возрасту и должности. Младший по рангу никогда не сделает что-либо хоть в малейшей степени выходящее за рамки указаний, полученных от его начальника. [14]

Как показывает опыт, попытки изменить систему поведения корейских партнеров, безрезультатны. Тому, кто хочет успешно сотрудничать с корейскими бизнесменами, необходимо внимательно ее изучать, приспособливаться, уступая во второстепенных вопросах и добиваясь уступок в главных.

В Корее не любят грубую откровенность. И хотя откровенное «нет» в Корее слышишь чаще, чем в других азиатских странах, все же корейцы не столь прямолинейны, как жите-ли Запада. Чтобы избежать необходимости говорить «нет», корейцы часто склонны от-ветить то, что, как им кажется, хотят от них услышать. В их представлении гораздо важ-нее сохранить вам хорошее настроение, чем ответить напрямик и, тем самым, вызвать ваше недовольство. Утвердительный ответ или кивок головы может означать «возможно» или «я понимаю». Отрицательный же ответ может выражаться манерой скашивать глаза в сторону, или же ваш собеседник может слегка откинуть голову назад, втянуть воздух сквозь зубы и потом молча ждать, пока вы снова заговорите. [8]

Изучив историю возникновения корейского этикета, национальные особенности, трудности и обычаи делового общения, можно прийти к выводу, что при налаживании контактов с корейскими предпринимателями, бизнесменами необходимо учитывать особенности их кодекса делового общения, возможно, в чем-то противоречащего кодексу делового общения своей страны, т.к. Южная Корея, занимает далеко не последнее место в мировой экономике и является лидером во многих отраслях.

2. Теоритические особенности делового этикета арабских стран

2.1 Деловая культура ОАЭ

Деловой этикет арабских стран достаточно сильно отличается от европейского делового этикета. Жизнь арабов Ближнего Востока в большинстве сфер подчинена Исламу в большей или меньшей степени, и деловая жизнь – не исключение. Это обязательно необходимо учитывать при установлении бизнес-сотрудничества, иначе может возникнуть не только недопонимание, но и конфликт. Есть общие правила ведения бизнеса с Ближним Востоком: в той или иной мере традиции и обычаи арабских стран схожи между собой. Но есть и специфические для каждой страны особенности, которые мы бы хотели рассмотреть на примере Объединенных Арабских Эмиратов и Саудовской Аравии. Мы взяли именно эти страны, потому как они являются одними из самых развитых на Ближнем Востоке и занимают значимые места в международном бизнесе.

Объединенные Арабские Эмираты, или сокращенно ОАЭ, – это федерация семи эмиратов, каждый из которых представляет собой государство – абсолютную монархию: Абу-Даби, Аджман, Дубай, Рас-эль-Хайма, Умм-эль-Кайвайн, Фуджейра и Шарджа. Индустрия гостеприимства особенно развита в эмиратах Дубай и Абу-Даби [9].

Как считают многие бизнесмены из разных стран мира, Объединенные Арабские Эмираты является процветающим центром для осуществления бизнеса, страной с огромными возможностями инвестирования и экономического роста. Но, так как, даже для бизнес кругов ОАЭ священный Ислам всегда стоит на первом месте, то любому иностранцу, для грамотного и доверительного ведения дел с жителями этой страны, стоит ознакомиться хотя бы с основами религиозных и культурных традиций и обычаев, принятых в Эмиратах. [9]

Ислам – официальная религия Объединенных Арабских Эмиратов. В этой стране религия является основой формирования местных традиций и этикета. И несмотря на то, что общество в Эмиратах достаточно лояльно и с

пониманием относится к потребностям и привычкам многочисленных туристов и путешественников, местные жители ожидают от гостей их страны почтительного отношения в своих обычаях и правилах.

Жизнь и пребывание в Эмиратах подчинены строгим правилам и законам, но при ознакомлении с которыми становится понятно, что выполнять их не сложно. За все правонарушения жители и гости страны несут ответственность перед законодательством Объединенных Эмиратов.

Гостеприимство – национальная черта арабов. В арабском доме гость никогда не останется без уюта, внимания и, как минимум, стакана прохладительного напитка. Гостеприимство распространено и в деловом общении. Даже официальные офисные встречи и переговоры наполнены уютом и душевным теплом. У гостя всегда поинтересуются самочувствием, предложат напитки и традиционные восточные сладости, от которых нельзя отказываться, иначе это будет принято за неуважение к организатору встречи. [15]

Бывает так, что деловая встреча назначается в арабском доме. Это означает доверие и сильное уважение к вам со стороны вашего делового партнера. Но следует помнить, что о женщинах в семье араба спрашивать не принято, разговаривать с ними, если вас не познакомил хозяин дома или если женщина сама не проявила инициативу также не стоит.

Входя в дом нужно обязательно снять обувь. Приветствовать присутствующих надо индивидуально обращаясь к каждому, начиная с хозяина дома или человека с высшим статусом, который по правилам арабского этикета подает руку первым. В Объединенных Эмиратах в качестве приветствия используется рукопожатие, но не такое крепкое как европейское. Также мужчины, знакомые между собой, при встрече похлопывают друг друга по спине, а если это давние друзья, то могут обменяться поцелуями. Женщине мужчины руку пожимать не должны, в том случае, если она сама не протягивает руку первой. Особенности религии не

позволяют мужчине и женщине совершать телесные контакты подобного рода. [15]

Как и в восточных странах, в Эмиратах предпочитают иметь дело с проверенными, знакомыми людьми. Поэтому при встрече с потенциальными деловыми партнерами лучше иметь человека, который бы представил иностранную компанию арабским бизнесменам. Также лучше заранее выяснить положение и должность араба, чтобы соблюсти все национальные традиции при общении с ним, оказать ему должное уважение. [9]

Визитные карточки широко используются в Эмиратах. Особенных церемоний при их вручении деловому партнеру нет, кроме общепринятых этикетных норм, но информацию на карточке следует отпечатать на английском и арабском языках, иначе арабы сочтут это неуважительным. [9]

Бизнесмены ОАЭ в основном являются потомками богатых купеческих семей и продолжают или развивают семейное дело, передающееся по наследству. В стране множество ассоциаций бизнесменов, которые сложились еще несколько десятков лет назад и имеют широкие международные связи.

В арабских компаниях принята четкая организационная иерархия. Один человек, чаще всего владелец компании, принимает все важные решения и обладает целым рядом прав и возможностей. Но обычно ключевые вопросы для начала обсуждаются на совещаниях директоров и после выслушивания мнения каждого члена подобного совета владелец говорит свое решающее слово.

Деловые отношения в Эмиратах строятся на взаимном доверии, уважении и радушии.

Время на деловых встречах в ОАЭ для европейцев идет медленно. Темп жизни арабов и европейцев сильно отличается, что сказывается на бизнесе. Опоздания партнеров на встречу является вполне приемлемым, ведь это дает возможность остальным сделать приятную паузу и за разговором, отвлеченным от бизнеса, выпить чашечку кофе. Также сами деловые встречи

занимают достаточно долгое время, так как проходят без спешки, с полным рассмотрением всех вопросов. Поэтому при ведении дел с арабскими партнерами нужно быть готовым проявлять терпение и суметь подстроиться под их размеренный жизненный ритм.

Арабские бизнесмены, так же как и японские, проявляют особую заботу о сотрудничестве с предполагаемыми деловыми партнерами; деловые качества людей, с которыми приходится иметь дело, имеют для них такое же значение, как и качество самого проекта. Этого они ожидают и от партнеров.
[Гриффин, с 178]

2.2 Деловая культура Саудовской Аравии

До 1938 года, когда в Саудовской Аравии нашли первую нефть, это было одно из беднейших государств мира. За последние почти 80 лет королевство, соперничая лишь с Россией в объемах добычи и экспорта нефти, добилась статуса одной из богатейших стран на планете.

В области нефтеиндустрии Россия и Саудовская Аравия – давние партнеры. Многолетнее успешное партнерство между нашими странами дает возможность сказать, что в целом к русским в этой стране относятся хорошо. [9]

Как и в Объединенных Арабских Эмиратах в Саудовской Аравии деловая жизнь подчинена не столько национальным традициям, сколько религии, религиозным обычаям, которыми буквально пропитан каждый аспект социальной, политической и личной жизни граждан этой страны. Саудовская Аравия – мусульманское государство. Ее часто называют «Страной двух мечетей», имея в виду Мекку и Медину – два главных священных города ислама, в которые запрещено входить иностранцам-немусульманам, что отслеживает специальная религиозная полиция – муттава. Официальная и единственная религия Саудовской Аравии ислам суннитского толка. [7]

Менталитет жителей Саудовской Аравии довольно консервативен. Поэтому перед началом делового сотрудничества, встреч и переговоров лучше хорошо ознакомиться с основными обычаями и правилами повседневного и делового этикета этой страны.

В качестве приветствия саудовцы используют обычное европейское рукопожатие, но при этом смотреть в глаза партнеру и жестикулировать свободной рукой или держать ее в кармане не нужно – это дурной тон. Крайне осторожно следует относиться к любым жестам. То, что в Европе считается обычным, нормальным жестом, у арабов порой имеет совсем другое, возможно даже неприличное, оскорбительное значение. [9]

Арабское приветствие, в отличие от формального и короткого европейского, является ритуалом, во время которого задаются вопросы о здоровье и личных делах. Они могут повторяться в ходе беседы. Всегда надо терпеливо выслушать араба-собеседника и его длинные пожелания благополучия. Часто в речи арабы обращаются к Аллаху, уповая на его милость и помощь в предстоящих делах.

Вместо «здравствуйте» или «добрый день» можно произнести традиционное мусульманское приветствие «ас-саляму алейкум», что означает «мир вам». Если же подобным образом вас поприветствовал ваш деловой партнер, то следует ответить «уа-алейкум ас-салям», так вы пожелаете ему мира в ответ. Арабы очень щепетильно относятся к традициям и устоям, особенно тем, что касаются Ислама, поэтому будут признательны и рады тому, что их европейский партнер изучил культуры их страны. [14]

Кроме пожатия руки во время приветствия дотрагиваться до делового партнера не стоит, а дотрагиваться до партнеров противоположного пола строго запрещено.

Личная жизнь саудовцев четко отграничена от бизнеса. Так деловой партнер из Саудовской Аравии никогда не устроит деловую встречу дома, обычно это происходит в офисе, в отеле, в ресторане или в комфортабельной крытой беседке на территории возле своего дома. Домой приглашают только близких друзей.

Если деловая встреча проходит в домашней обстановке в беседке вашего делового партнера, то не стоит удивляться и расспрашивать о том, почему за столом не присутствуют женщины, иначе хозяин может посчитать это неприличием. Есть несколько тем, на которые наложено табу в Саудовской Аравии и при ведении бизнеса с представителями этой страны о них обязательно следует знать: нельзя обсуждать и тем более критиковать правящую династию, отдельных ее членов и стиль правления; нельзя говорить о положении женщин в стране и в целом в Исламе. При разговорах

на любые отвлеченные от бизнеса темы стоит всегда помнить о том, что религия в этой стране стоит на первом месте и учитывать это.

Мусульмане не употребляют в пищу свинину, не пьют алкоголь и, в основном, не курят. Алкоголь можно найти только в барах отелей. При составлении меню для делового обеда или при покупке подарков это необходимо учитывать, иначе можно нанести деловому партнеру оскорбление.

Ислам, в принципе поддерживающий капитализм, делает большое ударение на обязательствах индивида перед обществом. Согласно исламу прибыли, полученные посредством честных деловых операций, имеют право на существование, однако компания не должна получать прибыли от эксплуатации или обмана людей. Все мусульмане должны проявлять доброжелательность, справедливость и скромность в процессе взаимодействия с другими людьми. Поэтому компании, в планы которых входит ведение бизнеса с мусульманскими партнерами, должны учитывать этот факт, даже если они осуществляют свою деятельность в немусульманских странах. [1, с.178]

Также с внимательностью стоит планировать деловые встречи. Саудовская Аравия – единственная страна в Персидском заливе, где рабочий день обязательно прерывается намазами. Поэтому составляйте график встреч так, чтобы не помешать совершать молитву своим деловым партнерам.

Рамадан – девятый месяц мусульманского календаря. В этот месяц мусульмане постятся в светлое время суток от рассвета до заката, а по окончании месяца отмечают праздник Ураза-байрам [1]. Назначать важные деловые встречи в это время не стоит. Также следует воздержаться от употребления пищи, питья, курения сигарет при встрече с мусульманином в дневное время месяца Рамадана.

В Саудовской Аравии шестидневная рабочая неделя, но начинается она с субботы. Пятница для мусульман – выходной день, поэтому в пятницу

лучше не звонить и не назначать встречи. А в четверг чаще всего сокращенный рабочий день. [9]

Арабы – мягкий, неконфликтный народ. Арабский деловой этикет запрещает давать прямолинейные ответы и быть категоричным; нельзя также проявлять суетливость и поспешность. Важным во время переговоров считается стремление «сохранить лицо» – свое и собеседника. Даже свой отказ арабы-бизнесмены облачают в очень мягкую, завуалированную форму. Поэтому на деловых встречах с арабами нужно стараться сохранять доверительную, теплую атмосферу, не быть резкими и поспешными.

Заключение

Подводя итог, можно сказать, что международные коммуникации в нашем веке являются обыденностью. Но при этом не стоит забывать об особенностях отдельных культур и наций. Все традиции и обычаи так или иначе влияют на деловое общение, что мы и выяснили в ходе теоритических исследований по данной теме курсовой работы.

Вследствие стремительного всемирного процесса объединения и усиления экономических связей происходит рост рынков экспорта и импорта, многие компании становятся многонациональными. Деловой успех стал в большей степени определяться знанием и соблюдением этикета бизнесменами тех стран, с которыми они сотрудничают. Местный этикет при ведении дел за границей – большая проблема для тех, кто ездит в деловые поездки по разным странам. Не менее важно знать об особенностях культуры, традиций и правил хорошего тона стран, откуда в компанию приезжают деловые партнеры.

Необходимо твердо усвоить, что и как надо делать в тех или иных ситуациях в конкретных странах. Для начала следует выучить хотя бы несколько фраз: «спасибо», «пожалуйста»; научиться считать до десяти. Если не точных знаний о том, как следует поступать, следует обращаться к человеку по имени и фамилии. Во многих странах считается хорошим тоном для приезжающих употреблять местную пищу, напитки, соблюдать принятые именно в этой стране правила поведения за столом помимо основного этикета.

В арабских странах и странах Востока на специфику делового общения сильно влияют такие факторы, как национальные обычаи, религиозные устои и особенности духовных учений.

При ведении дел с представителями этих стран обязательно необходимо учитывать все особенности. Кроме того, деловая культура каждой страны исследуемых регионов уникальна.

Исходя из выводов по проделанной работе можно сказать, что мы успешно провели теоритическое исследование деловых коммуникаций представителей арабских и восточных стран. Цель работы была достигнута. Поставленные задачи – изучение особенностей делового этикета в выбранных для исследования странах – решены.

Работая над данной темой, мы усвоили основные правила делового общения таких стран как Япония, Китай, Южная Корея, Объединенные Арабские Эмираты и Саудовская Аравия. Эти правила существенно отличаются от принятого европейского этикета деловых взаимоотношений, что отражено в данной курсовой работе.

Отсюда нужно сделать главный вывод: сотрудничая с представителями восточных и арабских стран, необходимо изучить специфику общения и культуру этих народов, иначе может возникнуть недопонимание, и, в следствие него, деловые контакты будут омрачены или вовсе нарушены.

Список использованных источников и литературы

Литература

- 1 Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес. 4-е изд. / Пер. с англ. под ред. А.Г.Медведева. – СПб.: Питер, 2006. – 1088 с: ил. – (Серия «Классика МВА»)
- 2 Жуков Ю.М. Эффективность делового общения. М.: Знание, 1988. – 64 с.
- 3 Коноваленко М.Ю. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю.Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 468 с. – Серия: Бакалавр. Базовый курс.
- 4 Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. пособие для студентов вузов / Автор-составитель И.Н. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 431 с.
- 5 Солоницына А.А. Профессиональная этика и этикет. Учебник / А.А. Солоницына. – Владивосток. – Изд-во Дальневост. ун-та, 2005. – 200 с.
- 6 Подопригора М.Г. Деловая этика: учебное пособие / М.Г. Подопригора. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с.
- 7 Википедия: <https://ru.wikipedia.org/>
- 8 Деловая Азия: <http://delovaya.asia/>
- 9 Экспортеры России. Единый информационный портал: <http://www.rusexporter.ru/>
- 10 EXRUS.eu Социально-экономический портал. Выпуск №59. Культура общения с деловыми партнерами из Японии: <http://www.ru.exrus.eu/>
- 11 Все о Японии. Правила делового этикета в Японии: <http://www.nihonsekai.ru/>
- 12 Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского. Гуманитарный факультет. Статья «Нормы деловой переписки» / А.Е. Прилуцкая: <http://www.faculty7.khai.edu/>

13 Секретарь-референт. Профессиональный журнал для секретарей и офис-менеджеров: <http://www.profiz.ru/sr/>

14 Корейский кодекс делового общения. AllBest.ru: <http://www.knowledge.allbest.ru/>

15 Особенности бизнеса с Ближним Востоком: <http://www.culture-shock.ru/>