

# 10.4. Национальные особенности ведения бизнеса в различных странах

Выполнила: Шистерова Светлана,  
студентка 4 курса,  
специальности «Экономика труда»

Проверила: Миронова Татьяна Ивановна

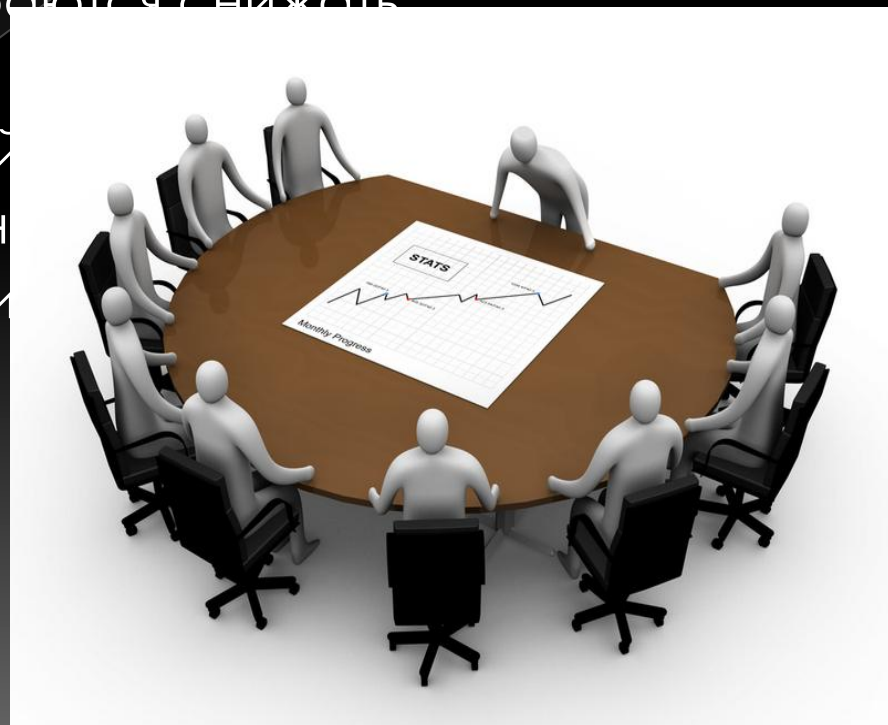
Кострома  
2013

# 10.4.1. Соединенные Штаты Америки



История США показывает, что это предприимчивый, мужественный и трудолюбивый народ. Если вспомнить времена покорения «дикого Запада» и борьбы за независимость, а также то, что предками американцев были эмигранты, отправившиеся в чужую страну за счастьем, то можно понять, что предприимчивость и бизнес у них, как говорится, в крови.

Стиль делового взаимодействия здесь характеризуется прагматизмом и нацеленностью на результат. Кроме этого, американские бизнесмены стараются снизить возможные издержки, тщательно прорабатывают организационный аспект любого дела, скурпелезно проверяют результаты исполнения на мелочи.



К основным принципам работы за  
**разделение функций** и **контроль**  
американцев. У них редко можно встретить  
образованных людей, но узкие специалисты  
встречаются часто. Американцы ценят  
пунктуальность. Они пользуются е  
расписанию. Поэтому, ведя с ними дел  
точно приходить на назначен



Общаясь с представителями этой страны, следует знать, что для них характерны самоуверенность и даже снобизм по отношению к российским партнерам. Они считают, что превосходно разбираются в бизнесе любой страны, и хотят, чтобы остальные нации брали с них пример, т.е. вели бизнес по-американски. При работе с ними требуется оперативность и четкость формулировок. Продвигаясь вперед, нужно показать знание рынка и четкие планы перед аналогами. Здесь важно четко объяснить, что вы делаете и почему вашему партнеру выгодно работать с вами, а не с другими фирмами. Не забывайте обращать внимание на цели партнеров и возможности их достижения – только тогда они заинтересуются вашим партнером.



Америка – страна личностей. Индивидуальность и права личности – это для них самое главное. С раннего детства эти люди привыкают надеяться только на себя, поэтому они самостоятельны и независимы. Они энергичны и амбициозны, знают, чего хотят, и упорно стремятся к достижению поставленных целей. Американцы обожают соревноваться, очень ценят достижения и рекорды, и на этой почве постоянно соревнуются друг с другом. Здесь чаще встречаются прямые люди, которые ценят в людях честность и открытость, быстро переходят к сути разговора, не тратя время на формальности.



Однако это не значит, что среди них не встречаются изощренные и проницательные личности, склонные к тонкой дипломатической игре и интригам. Во время деловых встреч американцы избегают излишней официальности и чопорности, предпочитая повседневную одежду. Представители хорошо реагируют на них, стараясь проявить открытость. Правда, их юмор может быть грубым и примитивным.



## 10.4.2. Великобритания.



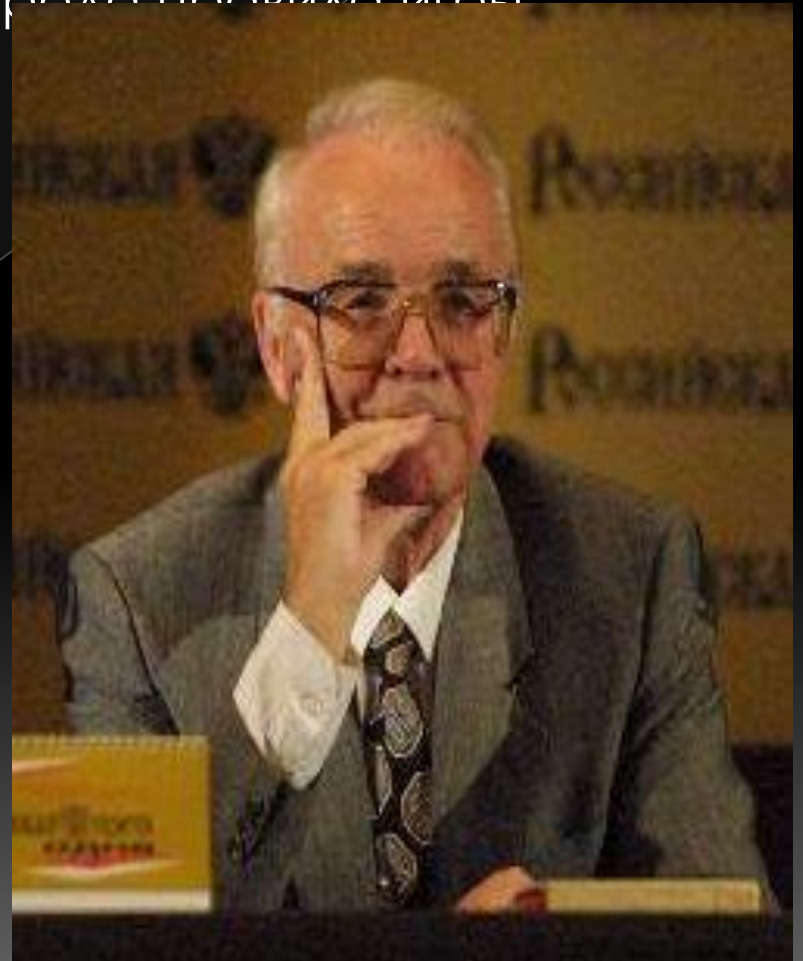


Независимость, граничащая с отчужденностью, - основа человеческих отношений в Британии. У представителей этой страны высоко развито чувство справедливости, поэтому при ведении дел они исповедуют веру в честную игру, не терпят хитрости и коварства. Один из самых серьезных упреков, который вы можете сделать англичанину: «Это не спортивно!», т.е. вы показываете, что ваш партнер по переговорам нарушил установленные правила.



Журналист-международник В. Овчинников писал по поводу характера англичан:

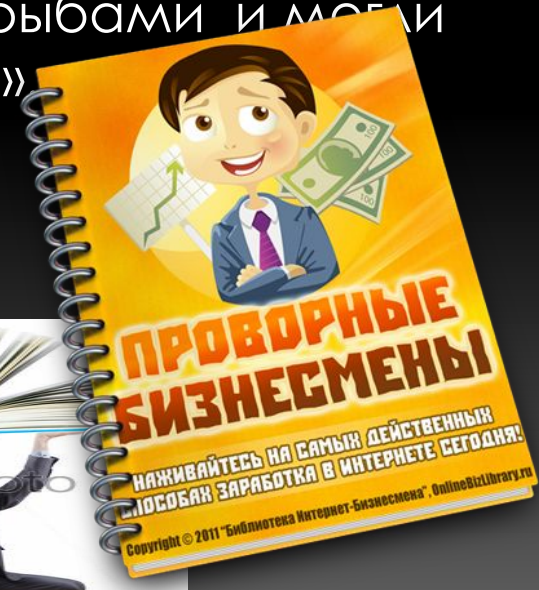
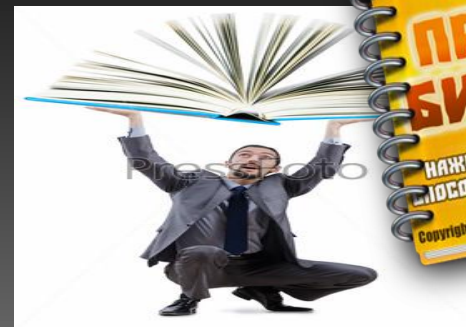
«Когда живешь среди англичан, на каждом шагу убеждаешься, что они, во-первых, на редкость законопослушный народ и, во-вторых, заядлые индивидуалисты. Англичанам присуще смотреть на нормы поведения как на своего рода правила игры. Спортивная этика служит становым морали».



Английские традиции предписывают сдержанность в суждениях, как знак уважения к собеседнику. Поэтому в процессе переговоров редко можно услышать категоричные и прямые оценки сказанного, а вместо этого используются обороты «возможно», «мне кажется», «может быть», «я думаю» и т.д. В характере англичан есть определенная двойственность, с точки зрения российского менталитета. С одной стороны, они приветливы и доброжелательны, готовы выручить из беды, но с другой, - они непоколебимы во всем, что касается правил, а тем более законов. Здесь снисхождения ни к себе, ни к другим нет, что русский предприниматель может воспринять как жестокость закона ради человека, к которому у него нет расположения.



Национальной страстью англичан является их хобби. В последнее понятие входит широкий круг интересов: садоводство, спорт, домашние животные, литература и искусство, различные увлечения. Это ключ к пониманию многих сторон их характера и отношения к жизни. Поэтому если вы хотите понравиться своему английскому партнеру, искренне поинтересуйтесь его увлечением и проявите к нему уважение. В. Овчинников писал: «В одном английском доме, куда меня пригласили в качестве гостя, в качестве домашних животных держали громадных ручных карпов. Они жили в глубоком бассейне и по зову хозяев всплывали на поверхность воды и ели хлеб из рук. Хозяева очень долго обсуждали особенности поведения этих рыб»



Обмен рукопожатиями в Великобритании принят только на первой встрече, в дальнейшем англичане довольствуются простым устным приветствием. Во время переговоров не рекомендуется много говорить, стараясь заполнить возникающие паузы. Перед началом переговоров с предпринимателем этой страны следует, с одной стороны, собрать максимум информации о структуре рынка, уровне цен или иной фирмы, а с другой – постараться узнать информацию о личных пристрастиях и хобби партнера. Начинать переговоры следует не с чисто человеческих – спорта, хобби, погоды. Подходят с большей долей прагматизма, в зависимости от позиции партнера может быть найдено наилучшее



Бизнесмены здесь достаточно гибки и охотно откликаются на инициативу противоположной стороны, поэтому во время подготовки к переговорам следует рассматривать несколько вариантов их ведения, а также компромиссные варианты.

Английские бизнесмены очень наблюдательны, не приемлют фальши и легко обнаруживают профессиональную некомпетентность. Они считаются одними из самых квалифицированных специалистов в деловом мире Запада, умеют тщательно и умело анализировать ситуацию, складывающуюся на рынке, составлять краткосрочные и среднесрочные прогнозы. Переговоры с ними следует воспринимать как хорошую школу бизнеса международного уровня.



# 10.4.3. Франция



Французские партнеры – сложные люди в личностном плане. Это обусловлено как исторической ролью Франции во всемирной истории, так и особенностями их воспитания и образования. Как отмечают исследователи национального характера, французы скорее галантны, чем вежливы, скептически и расчетливы, хитроумны и находчивы, и в то же время восторженны, остроумны и великодушны. Порой они демонстрируют простоту обращения, большую фамильярность, а порой заносчивы и высокомерно считают себя первой нацией на европейском континенте. В итоге многие зарубежные партнеры очарованы французами, но находят, что поддерживать с ним далеко не просто.





Кроме того, бизнесмены этой страны очень болезненно относятся к использованию английского языка в качестве международного стандарта, так как еще в недавнем прошлом именно французский язык был основой дипломатических и международных переговоров. Поэтому при подготовке встречи с ними следует подобрать квалифицированного переводчика, в совершенстве владеющего французским языком, так как французы чувствительны к ошибкам иностранцев в их языке.

Французские бизнесмены тщательно готовятся к предстоящим переговорам. Они любят досконально изучать все аспекты и последствия поступающих предложений. В результате они заранее определяют свою позицию на переговорах и затем упрямо отстаивают ее, не принимая компромиссов. Во время дискуссий они умело и искусно отстаивают свои принципы, но не склонны к торгу, так как часто не подготовили запасного варианта. Они отстаивают свое начальное предложение.



Различия в переговорах с англичанами французами касаются не только содержания, но и формы. Если в Англии искусство разговора часто сводится к умению молчать (в этом англичане усматривают сдержанность и корректность), то во Франции, где очень любят и умеют блеснуть словом, молчаливый человек вызывает недоумение и даже презрение. В деловой жизни этой страны большую роль играют связи и знакомства. Поэтому обычно новые контракты устанавливаются через посредников, которые связаны дружественными отношениями с нужным вам лицом. В отличие от американцев стараются избегать рискованных предпочитая аргументировано и каждую деталь предстоящей сделки неудачи.



Обращаться к собеседникам по имени здесь не принято, вместо этого применяются обезличенное обращение «мсье» (к мужчинам) и «мадам» (к женщинам). При знакомстве новым знакомым представляют свою визитную карточку, поворачивая ее так, чтобы имя и должность можно было легко прочитать. Если на встрече присутствуют несколько человек, то визитная карточка вручается лицу, занимающему более высокое положение. Во Франции многие важные решения принимаются не только в служебном кабинете, но и за обеденным столом. Деловые приемы, коктейля, завтрака, обеда или ужина предпочитают вино, причем они следят за качеством и выдержке. О делах во время приема принято говорить только после того, как это не воспринимается как нетерпение.



# 10.4.4. Германия.



Бизнесмены этой страны отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, рациональностью, организованностью, педантичностью, скептичностью, серьезностью, расчетливостью, стремлением к упорядоченности. Если вы хотите вызвать уважение своих немецких коллег, старайтесь им подражать в этих качествах и на время забудьте о русской неорганизованности и расхлябанности. Своей пунктуальностью «по-немецки» заслужите их уважение, что, в свою очередь, благоприятно скажется на микроклимате в процессе переговоров. Если вы сомневаетесь в том, что сможете соблюсти сроки договоренностей с немецкими бизнесменами, лучше заранее отказаться от своих предложений, иначе ваша репутация будет безнадежно испорчена.



В том случае, когда во время перерыва переговоров вам предложили пообедать или поужинать в ресторане, следует знать, что приглашающий деловой партнер вовсе не обязательно собирается оплатить счет. Если не было оговорено иное, немцы раздельно оплачивают счет в ресторане: как приглашающий, так и приглашенный платит отдельно каждый за себя. Представители этой страны пьют мало, исключая пиво, которого они могут выпить достаточно много (но не во время деловых обедов, а уже после их завершения). При этом чем больше они пьют, тем больше становятся похожими на русских – в них просыпаются искреннее дружелюбие и сентиментальность. Наверное, поэтому здесь так строго контролируется количество выпитого и выражено стремление оставаться рациональными и пунктуальными личностями.



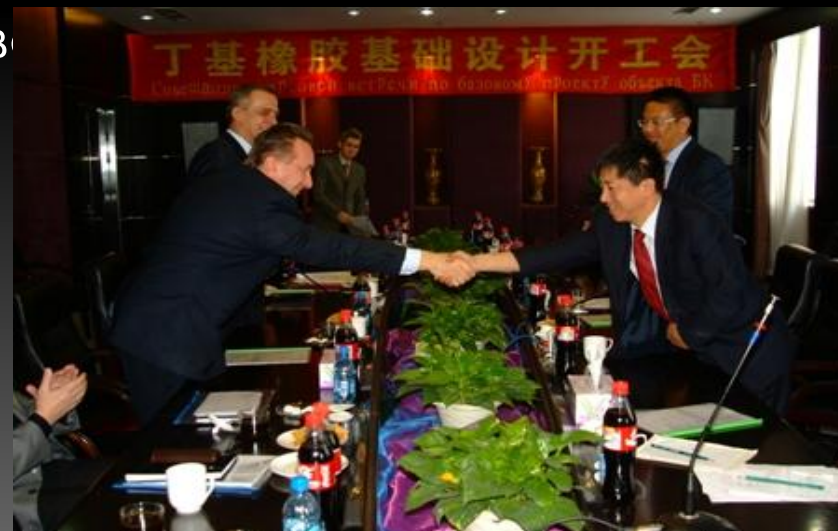
# 10.4.5. Китай



Китайские бизнесмены ведут переговоры, довольно четко разграничивая отдельные этапы: первоначальное уточнение позиций, и обсуждение и заключительный этап переговоров. Сами переговоры (вместе с подготовкой соответствующих документов) могут затягиваться на несколько недель, а то и месяцев). Это объясняется тем, что китайские предприниматели никогда не принимают решений без досконального изучения всех аспектов. На начальном этапе они пытаются определить статус каждого из участников переговоров, их психологические особенности и предпочтения. Согласно представлениям, бытующим в этой стране, между бизнесом, дипломатией и войной много общего. Везде нужно быть внимательным к мелочам, везде



аив





Поэтому на первом этапе переговоров представители китайских деловых кругов в основном изучают своих противников (партнеров), не раскрывая карты и уклоняясь от четкого определения цен и условий совместного бизнеса. Только после того, как они определяют статус каждого участника переговоров и их отношение к китайской стороне, начинается вторая стадия – обсуждение позиций и условий. При этом они стремятся сформировать так называемый «дух дружбы» - т.е. хорошие личные отношения с партнерами по бизнесу.



[nignews.com.ua](http://nignews.com.ua) -> [novostey.com](http://novostey.com)



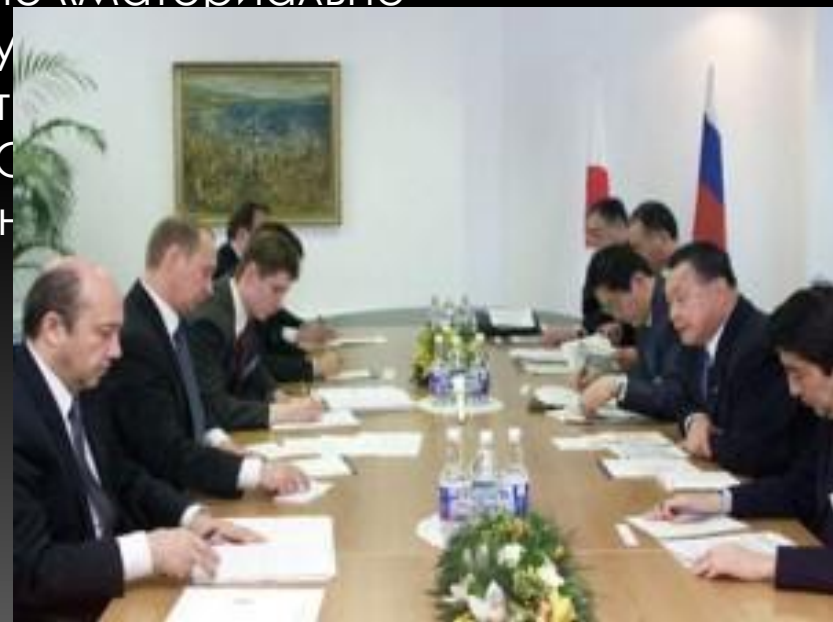
Китайские компании обладают, как правило, хорошо подготовленными в коммерческих специалистах. Кроме того, они заключают выгодные контракты с партнерами. Представители китайского бизнеса в конце переговоров, после того, как достигли противоположной стороны. Так как в момент, когда противоположная сторона свернула переговоры, то они могли бы



# 10.4.6. Япония



Деловая этика японских бизнесменов существенно отличается от правил и норм делового мира Запада. В японском национальном характере выделяются трудолюбие, приверженность групповым нормам и традициям, развитое эстетическое чувство, дисциплинированность, чувство долга, вежливость и самообладание. С детства люди воспитываются здесь в духе «групповой солидарности» и учатся подавлять свои эмоциональные порывы, стараясь «сохранить лицо» в самых неприятных ситуациях. Здешняя мораль читает узы взаимной зависимости и морального долга основой отношений между людьми, а главная цель японца – найти такую группу, в которой можно чувствовать себя комфортно и защищенным, поэтому, например, российские бизнесмены, привыкшие в своей стране «материально заинтересовывать» представителей другой твердости, с которой японцы отвергают по какой бы то ни было высокой цене. С какое значение для японцев имеет верность или нации.



Знакомство с представителем японского бизнеса начинается с обязательного обмена визитными карточками. Рукопожатие в этой стране не принято. Кроме того, представители данной культуры избегают пристального, прямого взгляда, и им претит манера прикасаться друг к другу. Вместо рукопожатия используют поклоны - их количество отражает степень уважения к собеседнику. На переговорах и деловых встречах необходимо быть пунктуальным, а если вы не можете прибыть вовремя, постарайтесь предупредить об этом японскую сторону. На точности и обязательности основана вся практика делового общения в Японии, и неаккуратность в исполнении своих обязательств может испортить бизнес в самом начале. Помимо аккуратности здесь самообладание деловых партнеров, сохранять чувство юмора. Не стоит японского партнера к конкретным действиям, а только настро



В.Овчинников, не один год проживший в Японии, отмечал: «Японская мораль предписывает избегать прямой конфронтации, не допускать положений, когда одна из сторон всецело одерживала бы верх над другой. Нельзя доводить дело до того, чтобы побежденный «потерял лицо», предстал перед окружающими униженным и оскорбленным. Это означало бы задеть такую болезненную струну, как «гири», или долг чести, т.е. нажать себе смертельного врага.

При проведении переговоров важно иметь в виду, что в Японии слово «да» («хай»), далеко не всегда означает полное согласие. Японское «хай» употребляется в качестве подтверждения того, что собеседника продолжают слушать (в смысле «так-так», «да-да»). Кроме того, японцы стремятся не огорчать собеседника открытым противоречием, поэтому скорее если совершенно с ним не согласны, обойтись без возникающих пауз и молчания, обязательно заполняя эти паузы разговорами о погоде, лучше выпить дополнительную чашку чая.





СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!