

УДК: 32.327

ЭТИКЕТ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ КУЛЬТУРЫ ИТАЛИИ И ИСПАНИИ

Истрашкина А. Ю.¹

¹ПГУ – Пензенский государственный университет, Россия, ПГУ, e-mail: aleksiya.love@mail.ru

Рассматриваются особенности ведения переговоров с бизнесменами Италии и Испании. Выделены традиции национального стиля ведения деловых переговоров в данных странах, особенности деловой культуры и этикета. Анализируются основные стадии общения: приветствие, представление, обращение. Изучены основные особенности передачи визитных карточек, подарков. Представлен ряд рекомендаций по соответствующей переговорам одежде, а также необходимому поведению как в официальной обстановке, так и в неформальной беседе. А также разработаны рекомендации по успешному проведению переговоров с бизнес-партнерами из Италии и Испании.

Ключевые слова: Италия, Испания, бизнес, культура переговоров, деловой этикет, правила поведения.

BUSINESS ETIQUETTE ON THE EXAMPLE OF THE CULTURE OF ITALY AND SPAIN

The specifics of negotiating with businessmen from Italy and Spain are being considered. The traditions of the national style of conducting business negotiations in these countries, the features of business culture and etiquette are highlighted. The main stages of communication are analyzed: greeting, presentation, appeal. The main features of the transmission of business cards and gifts have been examined. A number of recommendations have been made on the appropriate negotiation of clothing, as well as on the required behavior, both in formal negotiations and in informal discussions. Also there are given recommendations for successful negotiations with business partners from Italy and Spain.

Keywords: Italy, Spain, business, culture of negotiation, business ethics, rules of conduct.

Istrashkina A. Yu.¹

¹PGU – Penza State University, Russia, PGU, e-mail: aleksiya.love@mail.ru

В современном мире все больше и больше компаний выходят на международную арену, создают корпорации и интернациональные союзы. Предприниматели, выводящие свой бизнес на мировой уровень, должны обладать необходимыми навыками грамотного ведения переговоров и установления международных контактов для успешного развития и расширения компании.

Тенденции ведения деловых переговоров в некоторых странах кардинально различаются. Знание некоторых национальных и психологических особенностей разных государств поможет выбрать верную модель поведения в каждой стране согласно её правилам, построить хорошие деловые отношения и главное – добиться успеха.

Актуальность данной темы определяется тем, что в современном обществе все стремятся быть образованными, успешными, высококвалифицированными, а грамотное ведение переговоров с бизнес партнёрами – залог к процветанию собственного дела. Также это самореализация и саморазвитие человека. Данной тематике посвящён широкий ряд научных

статей и исследований таких учёных, как Т. И. Рубцова, Б. И. Герасимов, Е. Н. Трёкина.

Цель исследования – раскрыть сущность делового общения и этикета Италии и Испании. Для достижения поставленной цели в работе выдвигаются следующие задачи: выявить национальные особенности Италии и Испании, изучить поведение итальянцев и испанцев в деловых отношениях и исследовать их метод ведения переговоров.

В ходе написания данной работы были использованы такие методы исследования, как: анализ, сравнение, описание, классификация.

Италия – гостеприимная страна, жители которой очень общительны, дружелюбны и вежливы. Жизнь итальянца очень нетороплива, спокойна и размеренна. Одна из главных национальных традиций – уважение и почитание семьи. Жизнь итальянцев строится именно вокруг семьи. Верность близким, стремление к взаимопониманию и терпение, по мнению итальянцев, всегда смогут разрешить любые противоречия. Более 80 % компаний в стране – семейные, переходят от поколения к поколению, имеют небольшой штат сотрудников. Для своего человека местные производители готовы сделать хорошую скидку, тогда как с незнакомцем с улицы могут просто не захотеть иметь дело.

Итальянцев отличает чувство стиля. Большинство из них интересуется модными тенденциями.

В Италии специфическое отношение ко времени, правила этикета не требуют пунктуальности, а опоздания не считаются отступлением от хорошего тона.

Горячий южный менталитет вносит большую субъективную составляющую в деловые отношения, следовательно итальянский деловой этикет обусловлен темпераментом южного народа, его знаменитой «аллегрией», то есть жизнерадостностью. Энергичные жесты, эмоциональная речь и позитивный настрой – неотъемлемая часть бизнес-общения.

Итальянские бизнесмены предпочитают завязывать деловые отношения с людьми, занимающими равное им положение на своих предприятиях, в деловом мире или обществе. Немаловажное значение для них имеют неформальные контакты с партнерами, в том числе и в неслужебное время. Они полагают, что неофициальная обстановка обязательно будет способствовать сглаживанию возможных противоречий, что в ней можно будет более свободно высказывать критические замечания по поводу деловых предложений партнера, не рискуя его обидеть.

Итальянцы высоко ценят проявление искреннего интереса к своей стране и, если видят его в партнере, отреагируют надлежащим образом. Для налаживания деловых отношений им вполне достаточно обмена письмами с предложениями о сотрудничестве.

Большинство вопросов итальянцы предпочитают решать при личной встрече [1, с. 127]. Ждать конкретной информации от итальянского партнёра по телефону не приходится, уже

не говоря про электронную почту. И велика вероятность, что придётся не раз напомнить о себе, если итальянец пообещал что-то узнать или уточнить.

Важные аспекты проведения переговоров с итальянскими бизнесменами:

1 Приветствие. Итальянец оценит, если приветствие будет жизнерадостным и доброжелательным. Это также поможет расположить собеседника и настроить его на приятную беседу. Знакомство начинается с обмена визитными карточками. Этот ритуал обязателен. Если визитки не оказывается с собой, правила хорошего тона требуют принести извинения. Чтобы не обидеть собеседника, стоит внимательно рассмотреть визитную карточку. Отдавая же свою визитку, следует помнить о том, что собеседник может не знать русского языка, поэтому обязательно на одной стороне должно быть всё продублировано на английском или итальянском языке. Обмениваясь визитками и представляясь, следует называть только свою фамилию, а затем пожать руку. В Италии рукопожатием обмениваются даже женщины. Целовать руку женщине можно в нерабочей обстановке, в деловой – не принято. И в целом, отношение к женщинам в Италии несколько иное, нежели чем, например в России. Так, не следует пропускать итальянок вперед и ни в коем случае касаться их. Официальной формой приветствия в Италии является фраза «бон джорно», что переводится как «добрый день». Согласно этикету, употреблять её стоит утром и до трёх часов после полудня. Если стрелки часов показывают более позднее время, то более уместным является «буона sera», или «добрый вечер». Более универсальной вежливой формой приветствия считается «сальве». Его можно употребить независимо от времени суток. И, конечно, слово «чао» используется как в знак приветствия, так и при прощании. При обращении к незнакомым мужчине или женщине в Италии этикет требует употребления «синьор» или «синьора», даже если дама оказывается незамужней и может называться «сеньоритой». Кроме того, люди часто пользуются профессиональными титулами [1, с. 133]. Например, любого человека с высшим образованием называют профессором или доктором, с инженерным образованием – инженером, получивших другие специальности – маэстро.

2 Непосредственно общение, принятие решений деловых вопросов. Деловые итальянцы более энергичны и активны на первых этапах переговоров, стараются не затягивать решения организационных и формальных вопросов, весьма охотно соглашаются на альтернативные варианты решений. Часто для установления деловых связей прибегают к услугам посредников. Переговоры могут проводиться как на английском, так и на итальянском языках. Отнюдь не все, даже в бизнесе, знают английский или иной язык своего собеседника. Поэтому при отсутствии знаний языка переговоров следует прибегнуть к услугам переводчика. Итальянский народ – самые настоящие патриоты, поэтому соблюдая деловой этикет в Италии и лестно отзываясь о государстве в целом, партнёр итальянца сможет с

лёгкостью завоевать уважение местных жителей и установить важные деловые контакты. Деловые беседы никогда не начинаются с вопросов бизнеса. Для начала принято поговорить о жизни. Не стоит задавать вопросы о семье и политике, лучше поинтересоваться самочувствием детей, а затем и самого бизнес партнёра. Наилучшие темы для беседы с итальянским партнёром представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Темы для беседы на переговорах с итальянским коллегой [составлено автором].

3 Место проведения переговоров. Итальянцы уделяют большое внимание трапезе, поэтому часто встречи назначаются в ресторане, а не в офисе или дома. Таким неформальным отношениям они придают большое значение, полагая, что более свободная атмосфера таких мероприятий способствует устранению возможных противоречий. Отказываясь от угощения, собеседник итальянца рискует потерять партнеров. Однако договорённости, достигнутые во время застолья, значат немного. Окончательные решения всё же принимаются позже. За трапезами итальянцы чаще всего пьют местное вино, без которого не обходится ни одно застолье. Перед тем как выпить, в Италии говорят «чин-чин». Длинные тосты во время переговоров не приняты [1, с. 133].

4 Деловые подарки. Дарить подарки на деловой встрече не обязательно, но это является довольно обычным явлением. Если собеседник приглашён на ужин домой, он может подарить итальянцу коробку конфет, букет или даже горшок с цветами. Главное, чтобы это были не хризантемы, так как итальянский этикет предполагает их подношение на похоронах. Если партнёр итальянца довольно хорошо знаком с его семьёй, хорошим жестом станут небольшие подарки для его детей, которые также смогут подчеркнуть и укрепить тёплые отношения между собеседниками.

5 Одежда на деловых переговорах. Итальянцы придают большое значение представительскому виду и всему, что может подчеркнуть социальный статус. Элегантная одежда, изящные аксессуары, вплоть до хорошей шариковой или перьевой ручки будут оценены итальянцем по достоинству. Все должно быть стильным и аккуратным, начиная от одежды и заканчивая папками для бумаг. Визитная карточка итальянца чаще всего односторонняя и чем меньше на ней информации, тем важнее персона, которой она принадлежит. Итальянские бизнесмены и деловые женщины одеваются стильно, придавая огромное значение понятию «красивая фигура». Милан и Флоренция принадлежат к столицам моды в Европе, поэтому это в некотором роде обязывает итальянцев выглядеть модно, красиво и современно. Они считают, что внешний вид человека отражает его внутренние ценности: итальянцы проявляют должное уважение к своим коллегам по бизнесу, даже одеваясь соответствующим образом [1, с. 135].

В коммерческих делах с испанцами следует учитывать особенность национального менталитета: дружелюбность, открытость к сотрудничеству, Большой интерес они проявляют не к товарам и услугам партнера, а к самой личности. Деловой этикет Испании практически не отличается от повседневного. Испанцы очень душевные люди, поэтому даже во время делового общения не приемлют холодность. Они искренни, сердечны, открыты, обладают чувством юмора и способностью работать в команде. Переговоры с ними протекают менее динамично, чем, скажем, с американскими или корейскими бизнесменами. Они любят вести многословные дискуссии, поэтому регламент переговоров очень часто не соблюдается.

Испанцы, как и итальянцы, предпочитают, чтобы переговоры велись между лицами, примерно равными по своему положению в деловом мире и обществе, то есть коммерческие связи с испанскими фирмами строятся по иерархическому принципу. В Испании не только состоятельные финансисты, промышленники и коммерсанты имеют вес и заметное влияние, но и политики, высокопоставленные чиновники, епископы, управляющие компаниями – т. е. бюрократия, которая часто действует по собственной инициативе, обладает большой властью и автономией в принятии решений.

Жёсткие временные рамки совсем не по душе испанцам. Они никогда никуда не торопятся, поэтому опоздание не является ничем из ряда вон выходящим. Пятнадцатиминутная задержка встречи является для них практически нормой. Считается, что и в деловых вопросах испанцы не очень любят придерживаться оговоренных сроков [5, с. 103].

В Испании отличное по сравнению с другими странами отношение ко времени и распорядку дня. Деловому партнёру испанца придётся особенно часто сверяться с часами, ведь в разгар дня они предпочитают отдыхать. Это время сиесты, длящееся с полудня до 16 часов, святое,

во время которого никакие встречи не назначаются и переговоры не ведутся, также не следует беспокоить испанца деловыми телефонными звонками. Тем не менее, испанский бизнесмен может предложить провести встречу и во время завтрака, традиционно начинающегося в 13:30. Не стоит принимать это предложение сразу, так как это скорее формальность, требование этикета. Если же предложение озвучено во второй и третий раз, то можно с уверенностью соглашаться, видимо, партнёр искренне рад общению и готов поговорить о делах во время сиесты. Деловые переговоры часто могут проходить и во время обеда, который в Испании традиционно начинается ближе к 21:00.

Важнейшие аспекты проведения бизнес встречи с испанскими бизнесменами:

1 Назначение встречи и приветствие. Испанский бизнес очень официален. Так, собираясь в Испанию, непременно нужно сообщить испанским партнерам о своем прибытии в страну. Церемония приветствия обычна: рукопожатие и обмен визитными карточками. В силу своей горячей национальности испанец может восторженно выражать радость знакомства, хлопая по плечу. В самой Испании при встрече мужчины крепко обнимаются, что также следует иметь в виду [6, с. 17].

2 Место проведения встречи. В Испании не принято приглашать деловых партнеров домой, поэтому переговоры проходят в ресторанах. За едой не принято обсуждать такие темы, как личная жизнь, коррида и отношение к ней, гражданская война, времена Франко. Интересный факт заключается в том, что чаевые в ресторанах, барах и кафе включены, по согласованию с профсоюзами, в общий счёт за обслуживание. Если же всё-таки испанец приглашает своего партнёра на встречу к себе в дом, то, скорее всего, хозяева действительно очень расположены к приглашенным гостям.

3 Непосредственно общение, обсуждение деловых вопросов. Испанцы любят поговорить, тщательно обсудить все детали. Их речь многословна, красноречива и экспрессивна. Учитывая этот факт, стоит отметить, что деловые переговоры начинают с нейтральных тем, таких как погода, спорт, достопримечательности страны [6, с. 18]. Переговоры часто затягиваются, а беседа может прерываться шутками, юмористическими и жизненными историями. Стоит учесть, что обращаться к испанским гражданам принято с приставкой «сеньор/сеньора», а к незамужним девушкам – «сеньорита».

4 Деловые подарки. В случае если партнёр испанца был приглашён в дом, ему следует непременно взять с собой цветы для хозяйки дома. Это ни в коем случае не должны быть георгины или хризантемы. К этим цветам точно такое же отношение, как и в Италии. Также в качестве подарка можно взять с собой вино или конфеты. Тем не менее, испанцы не любят открытую демонстрацию достатка, поэтому не стоит дарить партнёрам дорогие подарки. Это может быть расценено как взятка и просто испортит дальнейшие отношения [6, с. 19].

5 Дресс-код на бизнес встрече. Испанцы относятся к тем людям, которые встречают незнакомого человека по одежке; ими будет по достоинству оценен безупречный внешний вид партнера по переговорам: классический костюм, белая рубашка, соответствующий галстук, темные носки и до блеска начищенная обувь. Конечно же, следует избегать ярких, кричащих расцветок. Деловым женщинам, желающим произвести впечатление на испанцев, рекомендуется сочетать в одежде черное с белым или черное с красным, плюс отделка золотом. Интерес вызывает также маленькое черное платье с черным пиджаком и золотым шарфом или белым воротником.

Так, анализируя специфику делового этикета с итальянским и испанским коллегой, можно сделать вывод, что основные правила практики ведения деловых переговоров партнёров из данных экономически развитых западноевропейских стран имеют много схожих черт.

Деловой этикет сформировывался в течение длительного времени как результат постоянного отбора правил и форм наиболее целесообразного делового поведения, способствующего успеху в деловых отношениях. В ходе данной работы были отмечены основные правила ведения деловых переговоров партнёров из таких экономически развитых стран, как Италия и Испания. Проведя анализ научной литературы, удалось выяснить, как следует вести бизнес переговоры с предпринимателями Италии и Испании, чтобы сделка завершилась успешно и обе стороны получили выгоду от сотрудничества.

Таким образом, можно выделить следующие сходства: ведение переговоров между людьми, занимающими равное положение в обществе и деловой сфере, длительные разговоры на темы, не относящиеся вопросов работы и бизнеса, обмен визитными карточками. В обеих странах большое значение имеет одежда, внешний вид и деловой костюм иностранного коллеги. Деловой итальянец и испанец могут отклониться от запланированного регламента встречи и позволить себе опоздание на бизнес встречу.

В целом, стиль и практика ведения деловых переговоров Италии и Испании достаточно похожи. Но, тем не менее, есть некоторые аспекты делового общения в той или другой стране, требующие отдельного, более детального рассмотрения.

Список литературы:

1 Герасимов, Б. И. Этика деловых отношений: Учебное пособие / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова // М.: Форум. – 2009. – 224 С.

2 Гусев, Д. А. Межкультурная коммуникация и обучение в трудах исследователей XX века / Д. А. Гусев, Й. Балтаджиева // Образовательные ресурсы и технологии. – № 3. – 2017. – С. 7–12.

- 3 Рубцова, Т. И. Организация встреч с иностранными партнёрами / Т. И. Рубцова // Российский внешнеэкономический вестник. – 2008. – № 7. – С. 74–80.
- 4 Рубцова, Т. И. Организация встреч с иностранными партнёрами / Т. И. Рубцова // Российский внешнеэкономический вестник. – 2008. – № 10. – С. 73–80.
- 5 Трёкина, Е. Н. США и Испания: Национальные особенности делового этикета / Е. Н. Трёкина. – Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – № 17. – 2017. – С. 102–104.
- 6 Трифонов, Д. С. Национальная идея Испании / Д. С. Трифонов // Москва. – 2007. – № 6. – С. 15–23.