**Ритуалы, которые приносят деньги**

Виктор Иванович Попов, профессор, доктор Дипломатической академии МИД России.

К проверенным партнерам относятся с доверием и с ними охотнее идут на сделку. К новичкам долго присматриваются, чтобы решить, стоит ли иметь с ними дело. Если бизнесмен сразу повел себя неправильно, то, как правило, с ним перестают иметь дело.

Современная дипломатия направлена прежде всего на решение экономических проблем,поиски рынков сбыта и инвестиции, последние руководства по дипломатии уделяют большое внимание протоколу деловых кругов или, как бизнесмены называют его, «культуре бизнеса». Главная формула экономического успеха определяется как «профессионализм плюс порядочность». Культура бизнеса направлена на то, чтобы сохранить преданность вашей клиентуре. Знание дипломатического протокола является важной частью «культуры бизнеса». Вместе с тем в общении между собой представители бизнеса руководствуются и своими собственными нормами протокола, которые в некоторой степени отличаются от светского протокола. Но хорошие манеры считаются в бизнесе очень полезными и высоко ценятся. К проверенным партнерам, доказавшим за ряд лет свой высокий профессионализм и честность, относятся с доверием и с ними охотнее идут на сделку. К новичкам долго присматриваются, чтобы решить, стоит ли иметь с ними дело. Если бизнесмен сразу повел себя неправильно, то, как правило, с ним перестают иметь дело. Первым принципом деловых людей является верность своей фирме и вторым — не иметь дела с грубым, беспокойным, невыдержанным коллегой.

Потерять в бизнесе репутацию нетрудно, достаточно плохо составить письмо или факс, грубо ответить на телефонный звонок, сделать ошибку и не признать ее, не извиниться за нее, не дать свою визитную карточку в ответ на данную вам карточку и не объяснить ее отсутствие у вас, опоздать на прием, не ответить на данный вам ланч. Даже одного из перечисленных нарушений протокола достаточно, чтобы испортить свою репутацию, а двух-трех проявлений некультурности будет более чем достаточно для прекращения контактов. Задача бизнеса состоит не только в том, чтобы не делать ошибок, но и чтобы с первой встречи создать имидж уверенного в себе партнера, умеющего себя вести в обществе, интересного и знающего дело собеседника, человека, который умеет вести дела честно, даже с конкурентом, без мошенничества и обмана.

**Некоторые особенности протокола в бизнесе**

Дипломатический протокол исходит из того, что не только день, но и вечер у дипломата обычно занят: приемами по национальным праздникам (обычно с 18 до 20 часов), открытием различных выставок, кинопросмотрами и т.д., а затем обедами. Обед, как правило, с супругой — один из наиболее частых и ответственных приемов.

В отличие от этого, бизнесмены не слишком жалуют деловые обеды, во всяком случае они для западных бизнесменов скорее исключение, чем правило. Вечер для них — это время для отдыха (в семье или среди друзей), для посещения концертов и театров. Как сказал мне один английский крупный бизнесмен, «мы зарабатываем деньги не для того, чтобы работать по вечерам, а для того, чтобы их тратить в свое удовольствие, а иначе для чего их зарабатывать?».

Поэтому основным приемом является для них ланч (с 13.00 до 15.00). Как правило, ему предшествует «аперитив» — водка, джин, сухое вино, соки. Во время «аперитива» деловой разговор ведется редко: гости собираются, происходит словесная разминка, хозяин должен заинтересовать гостей разговором. Затем сразу после закуски начинается серьезный разговор, переговоры и продолжаются они за кофе (чаем). Завершается ланч кофе и ликером. В это время может быть произнесен и заключительный тост — за успех переговоров, за наше сотрудничество и т.д. Иногда вечером по завершении дискуссии хозяин предложит поход в театр (с возможным ужином), в ресторан — желательно с участием артистов (естественно, все за счет приглашающей стороны). Можно ли в этом случае продолжать переговоры? Это зависит от обстоятельств. Но они должны вестись в более дружелюбном тоне, более раскованно.

Такое приглашение делается и в случае не слишком успешных переговоров, чтобы в какой-то мере сгладить неудачу. Из других встреч бизнесмены предпочитают также короткие приемы после рабочего дня типа коктейлей (с 18.00 до 20.00). Они дают возможность не тратить много времени и вместе с тем встретиться накоротке с нужными людьми и обсудить оставшиеся нерешенные вопросы.

Заслуживают внимания и другие советы, которые дает бизнесменам пособие Моргана. По его мнению, во время ланча следует оставить время и для шуток, для свободного легкого разговора, пикантных новостей. Годичные собрания акционеров компаний наряду с серьезными докладами всегда перемежались шутками, возгласами одобрения и даже взрывом аплодисментов. Морган советует бизнесменам даже в деловых серьезных переговорах уметь «хоть немного показать себя, очаровать собеседника». Это сослужит добрую службу.

Интересно и еще одно его соображение. С вашим партнером по переговорам вы должны общаться как с коллегой, а не как с конкурентом. Очень важно, как вы общаетесь в ходе переговоров с подчиненными вам сотрудниками компании, которую вы возглавляете. Не следует публично отдавать им приказы, тем самым унижая их, просить ваших младших служащих делать то, что не входит в их обязанности. Это создает плохое впечатление о порядках в вашей фирме, о вас лично и не укрепляет ваших позиций в ходе переговоров.

Наконец, в Англии практикуются приемы необычного характера, и российские бизнесмены должны быть готовы к ним (и конечно, не удивляться и не осуждать их, если этот вид приемов вам не нравится). Вас и других членов делегации приглашают на обед, а в конце приема на кофе, чай вас приглашают в другую комнату, где, как говорит хозяин, «вас уже ждут другие гости, которые приглашены на кофе, чтобы встретиться и поговорить с вами». В конце концов для хозяина это самореклама, но и для вас любая возможность рекламировать ваши товары не является лишней. У них так принято, и не нам изменять их обычаи.

В западных кругах существуют также некоторые формы торговли, которые нам ранее были неизвестны. О них надо знать и дипломатам, и бизнесменам. Вот один из них. Когда продавец и покупатель не знакомы друг с другом, требуются гарантии оплаты. В западной деловой практике применяется так называемый «безотзывный аккредитив». Эти взаимоотношения характеризуются как «документированная продажа». Однажды на одной такой сделке Внешторгбанк России отказался от оплаты по аккредитиву. Российской стороной был отозван «безотзывный аккредитив», что в западной деловой практике считается совершенно невозможным делом. Таким образом незнание этого правила не только продавцом и покупателем, но и финансистами сорвало сделку.

В дипломатической работе и особенно в бизнесе стал широко применяться факс. Выработаны практические нормы его применения. Некоторые бизнесмены, однако, не считаясь с этими нормами, настолько расширили сферу его применения, что это стало нарушать обычные нормы этикета. Так, например, стали посылать приглашения на прием по факсу. Это недопустимо. Приглашение должно носить личностный характер. Фамилия, имя должны писаться от руки. В случае отказа желательно поблагодарить за приглашение и затем объяснить причины отказа, и сделать это так, чтобы не обидеть хозяина.

Лучше отправлять факс на бланке вашей фирмы с указанием даты отправления. В случае, если вы передаете ответ по факсу, то прежде следует поблагодарить за присланное письмо и, конечно, постараться не задерживать ответ. Не отвечать на переданное вам обращение категорически запрещается — это вредит вашему авторитету. И в дипломатической работе, и в бизнесе стал широко применяться телефон. К сожалению, многие не умеют им пользоваться, особенно сотрудники учреждений и компаний.

К наиболее распространенным ошибкам относятся:

1. Звонки домой в неурочное время. Принято ограничивать время звонков — не раньше 8.30 утра и не позднее 10.30 вечера. Если вы собираетесь вести относительно долгий разговор, то следует спросить, может ли в настоящее время ваш собеседник разговаривать, и если он ответит: «Простите, у меня люди. Не могли бы Вы позвонить позднее?», лучше в таком случае снова позвонить самому.

2. Часто тот, кто звонит, не здоровается и не называет своего имени, а отвечающий произносит «Алло» или «Слушаю», не говоря, кто взял трубку, и не здороваясь.

3. Первым должен положить трубку тот, кто звонил вам, и после того, как он поблагодарит вас и положит трубку, кладете трубку и вы.

4. Вам звонят, но вы долго не поднимаете трубку. Это невежливо. Считается, что трубку следует поднять до четвертого звонка, а если вы не успели этого сделать, то извинитесь за задержку.

5. Иногда отвечающий на звонок не уточняет, кто звонит, и не записывает номер телефона звонившего.

6. В случае отсутствия того, кому звонили, его секретарь не объясняет, когда можно ожидать возвращения лица, кому звонили, или ответит как в старом анекдоте: «Господин Иванов вышел на минутку, позвоните через час», не спросит «Чем могу Вам помочь?» и не перезвонит после возвращения господина Иванова.

7. Иногда позволяют себе грубость в разговоре типа «никого нет», «у нас обед», «я здесь посторонний», «это ваша проблема, а не моя» и т.д.

Помнить, что отказ по телефону, резкое «нет» (без объяснения причин) усложняют переговоры, могут повредить фирме. Когда вы говорите с собеседником, видите его и его реакцию, вы можете смягчить свой отказ улыбкой, жестом. В разговоре по телефону это исключено, поэтому разговор по телефону должен быть особенно вежливым, деликатным. Существует даже понятие «телефонный этикет». Ему надо учить сотрудников посольства, других учреждений и фирм.

Ну и, наконец, как мы уже упоминали, в свое время работники советских торгпредств, представители советских государственных фирм любили называть себя «коммерческими дипломатами». В этом был свой смысл. Сейчас роль «коммерческих дипломатов» в известной степени выполняют и российские бизнесмены, имеющие внешние связи. Поэтому знание ими дипломатии, ее приемов, методов, оформления государственных внешнеполитических документов, знание особенностей дипломатии той или другой страны, с которой бизнесмену приходится иметь дело, является для деловых кругов не только желательным, но в ряде случаев и обязательным. Оно, так сказать, — дополнительный гарант их коммерческого успеха.

**Новое в дипломатическом и светском этикете**

Этикет, правила хорошего тона со временем такжепретерпевают некоторые изменения в сторону большей человечности, демократичности, часто под влиянием национальных особенностей стран, недавновступивших в активную международную жизнь. Так, например, в хорошей книге В. И. Венедиктовой «О деловой этике и этикете» говорится, что при рассадке за столом придерживаются принципа «мужа не сажают рядом с женой». И в общем это правильно, но современная жизнь внесла изменения и добавления в этот принцип. Если пара помолвлена, говорится в английском пособии по этикету, а также в течение первого года брака («медового года») желательно за столом их не отделять друг от друга.

Сложнее обстоит дело с преподнесением подарков гостями хозяевам приема. В прошлом считалось, что если вы приглашены на ланч или обед, то гости преподносят супруге хозяина скромный букет цветов. Потом этот обычай постепенно стал исчезать. Сейчас, однако, стало складываться правило хозяевам делать скромный подарок (мужу — бутылку вина, а жене — цветы). Считается, что на общие вечерние приемы делать подарки некорректно.

Лиц, приглашенных на обед к английской королеве, маршал двора предупреждает, что королеве можно преподнести через него определенного вида цветы (в горшочке), которые она любит, и добавляет, что их можно приобрести в определенном магазине, который является «поставщиком цветов Ее Королевского Величества». В монархических странах при посещении царственных особ следует предварительно справиться в протокольной службе двора, можно ли монарху сделать подарок.

В последнее время среди политиков крупных стран и бизнесменов стало широко распространяться при разговоре и на пресс-конференциях употребление первого имени. Это своего рода демонстрация близких дружественных отношений между ними, рассчитанная на средства массовой информации. Что по этому поводу говорят зарубежные наставления по этикету? Они отмечают, что при общении дипломаты и многие политики по-прежнему предпочитают называть друг друга не по первым именам (Билл, Борис, Жак), а более официально — господин министр, госпожа Блэр. Многие титулованные особы предпочитают, чтобы к ним обращались, упоминая их титул, должность, а если вы их не называете так, то это считается фамильярностью.

Особое внимание современный этикет обращает на темы разговора собеседников. В уже упомянутом нами наставлении по этикету есть даже специальный раздел, озаглавленный: «Темы, которые являются табу на дипломатическом приеме».

К ним автор относит деньги. Они являются частным делом для многих. Не следует спрашивать собеседника, как много он зарабатывает, сколько он тратит на свой дом, одежду и т.д. (но из своей личной практики могу заметить, что разговоры среди дипломатов о том, как мало они получают, как их ограничивают в расходах министерства иностранных дел, и даже «обмен опытом», как можно обойти эти ограничения, — обычная тема разговоров).

О сексе. В последнее время некоторые считают эту тему вполне позволительной в разговоре, другие предпочитают не обсуждать ее. Чем старше общество, тем секс и другие вопросы личной интимной жизни являются менее желательными для обсуждения. Передача сплетен на эту тему может вызвать у партнеров, ваших собеседников резко отрицательную реакцию.

Разговор о пище за столом раньше считался признаком дурного тона. Сейчас оценка за столом приготовленных блюд (конечно, благоприятная) считается вполне допустимой.

Комплименты хозяйке раньше считались также нежелательными (чтобы не обидеть других женщин). Сейчас же деликатно сделанный комплимент типа «как Вы красиво одеты» считается приемлемым. Но любой комплимент должен быть к месту, не быть двусмысленным и не обижать других гостей (например, обращение типа «как Вы хорошо сегодня выглядите» может быть истолковано так, что раньше она выглядела неважно).

В последнее время в России появилось много брошюр об этикете и этике деловых отношений. Следует, однако, иметь в виду, что многие из них написаны не специалистами и содержат много ошибок. В Дипломатической академии этот курс читает знаток этих проблем посол О. К. Квасов, и мой совет: при сомнениях по этим проблемам после прочтения популярных брошюр обращаться за разъяснениями к нему.

**Национальные и психологические особенности этикета**

Для России и других стран Содружества независимых государств, которые не имели прямых связей с иностранными фирмами, представляется важным знать основные черты делового стиля, этики и протокола наших основных коммерческих партнеров. Американские бизнесмены не слишком привержены традициям. Они выработали свой стиль делового общения и стремятся навязать свои правила. Они уделяют большое внимание поискам контактов и сбору через них всех необходимых сведений, а также презентациям и рекламе.

Английские бизнесмены отличаются высоким профессионализмом. Они неохотно идут на сделки, отдача от которых будет через пять-десять лет. По моим наблюдениям, они, как правило, интеллигентные люди, интересуются искусством, спортом. Они умеют не только работать, но и отдыхать и укрепляют свои контакты во время игры в теннис и гольф, во время скачек и посещения театров. Они активны на различных семинарах, симпозиумах, выставках, очень ценят семейные контакты. Бизнесмены тесно связаны с парламентом, консервативной партией и правительством, умеют через связи с правительством отстоять свои деловые интересы. При установлении и поддержании деловых контактов широко используют подарки (не слишком дорогие, сувенирного характера) и любят сами их получать. Представители крупного английского бизнеса близки по манерам к аристократии, они ценят утонченные приемы с участием представителей правящей элиты и знаменитых деятелей искусства. Бизнесмены среднего ранга попроще. Юмор их носит больше характер деловой, профессиональный, увлечения — ближе к интересам среднего класса.

Французские деловые круги — истинные представители своей страны. В собеседниках, в своих партнерах по бизнесу они ценят знание французской культуры и искусства, не любят написанных на английском языке проспектов фирм и рекламных объявлений. Они эмоциональны, могут перебить собеседника, высказать по ходу беседы свои критические замечания, но не обижаются, когда перебивают и их. О делах французские бизнесмены не любят говорить во время еды (они гурманы), предпочитая вопросы бизнеса обсуждать за кофе. Личные проблемы, болезни, доходы и расходы предпочитают со своими партнерами не обсуждать. Приглашение на ужин — большая честь для французов, а опоздание на ужин на четверть часа считается нормой. На ужин гости приходят с подарком (цветы, но не белые хризантемы, которые во Франции считаются символом скорби, вино дорогих марок, шоколадные конфеты).

Во Франции не принято обращаться по имени. Обычно употребляют обращение «мсье» и «мадам». Французы не любят, когда их касаются собеседники. На визитной карточке обычно ставится образование, которое очень ценится, желательно, чтобы и на вашей визитной карточке, вручаемой французским бизнесменам, упоминалось ваше образование.

Итальянские бизнесмены придают большое значение визитным карточкам и ждут, что вы вручите им свою. Переговоры они обычно ведут с людьми, равными им по положению. Итальянцы очень гордятся своей историей и культурой. Знание их, упоминание латинских выражений найдет отзыв у вашего собеседника-итальянца. Неформальные, дружеские отношения между партнерами приветствуются. Они любят обсуждать деловые вопросы в неофициальной обстановке, в ресторанах, они гордятся своей кухней.

Немецкие бизнесмены аккуратны, точны, имеют огромный опыт в бизнесе и ведении переговоров. Они точны в соблюдении сроков и условий договора и требуют этого от своих партнеров. Они предпочитают, чтобы партнеры обращались к ним с учетом их титулов. Подарки в деловом обращении не приняты. На переговорах бизнесмены не тратят попусту времени, они предпочитают сразу приступить к делу.

Этика японских бизнесменов значительно отличается от норм делового мира западных стран. Обычно они устанавливают контакты по рекомендации третьих лиц — посредников, услуги которых могут вознаграждаться. Ваш отказ дать свою визитную карточку может обидеть японца. Так же как у итальянцев, контакты устанавливаются только на одинаковом уровне. Тот, кто устанавливает контакт с вышестоящим по рангу бизнесменом, выступает в роли просителя. Японские бизнесмены точно соблюдают назначенное время встреч и болезненно относятся к опозданиям, чем бы они ни были вызваны. В качестве приветствия японцы предпочитают поклоны и избегают рукопожатий, отсюда совет: не протягивайте руку первым ни при встрече, ни при расставании. При переговорах бизнесмены иногда кивают головой — это не означает, что они согласны, они просто хотят этим сказать, что они поняли вас. Японцы очень вежливы и ценят такое же отношение к ним. Бизнесмены не позволяют, чтобы на них давили, они могут даже уйти с переговоров.