

Международный деловой этикет

на примере 10 стран мира

Елена Игнатьева

16+

Елена Сергеевна Игнатьева

Международный деловой этикет на примере 10 стран мира

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=31735120

SelfPub; 2018

Аннотация

В книге рассмотрены основные правила делового этикета, принятые среди бизнесменов и предпринимателей. Автор использует яркие характерные примеры из отечественной и мировой практики ведения бизнеса с учетом тонкостей деловой культуры разных стран (Италия, Германия, Швейцария, Франция, Индия, Гонконг, Китай, Япония, США). Издание представляет интерес для студентов и преподавателей дисциплин, посвященных изучению правил поведения в обществе. Впервые книга была опубликована издательством «6 карат» в 2008 году, здесь представлена в сокращенном варианте.

Содержание

Введение	4
Глава 1. Правила делового общения	10
1.1. Формы приветствия и представления	10
1.1.1. Правила приветствия	10
1.1.2. Обращение: на «Вы» или на «ты»	14
1.1.3. Правила представления	17
1.1.4. Рукопожатие	20
1.2. Визитная карточка	24
1.2.1. Основные виды визитных карточек	29
1.2.2. Правила оформления визитных карточек	31
Конец ознакомительного фрагмента.	33

Введение

В международный бизнес ежегодно активно включается все больше людей, которые, к сожалению, часто не обладают достаточным опытом и знаниями международного общения. Несмотря на то что участники международного делового общения придерживаются в основном сходных этических норм и правил, существуют культурные и национальные различия, способные оказаться весьма значимыми в деловых и межличностных отношениях.

Как правило, при близком совпадении интересов сторон, при обоюдной заинтересованности в сотрудничестве различия национального характера, манер поведения и образа мышления чаще всего не проявляют себя.

В случае возникновения конфликта такое несходство может сыграть немаловажную роль. Лучше всего заблаговременно выработать оптимальную тактику и стратегию своего поведения с зарубежными коллегами. А для этого надо знать их национальные особенности, специфику их образа жизни и манеры поведения.

Кроме того, стоит различать такие понятия, как «национальный характер» и «национальный стиль поведения».

Национальный характер – это представление народа о самом себе, это, безусловно, важный элемент народного само-

сознания, его совокупного этнического «я».¹

Под национальным стилем поведения следует понимать манеру поведения, присущую жителям той или иной страны в целом, а не конкретным представителям отдельных национальностей, проживающих в данной стране.

Так, японец, живущий в США и выступающий от имени американской компании, в большей мере может сохранить черты, присущие японскому национальному характеру. Однако его стиль поведения будет, скорее всего, американским, поскольку на переговорный процесс в большей мере оказывают влияние условия той страны, где человек живет, и той компании, в которой он работает.

Развивая и поддерживая свой бизнес, многие ежедневно встречаются с большим количеством людей. И от того, как проходят эти встречи, зависит не только ваше настроение и настроение ваших партнеров, но в конечном счете и результат переговоров.

В этикете нет мелочей, один и тот же поступок, даже незначительное нарушение общепринятых норм, одними воспринимается безразлично, а другими весьма болезненно. Во всех ситуациях лучше придерживаться общепринятых норм этикета.

Мы не так часто задумываемся, откуда пришли те или иные правила поведения. Между тем значительная часть правил этикета из прошлого, а некоторые совсем даже из

¹ Чеснокова В. Ф. Особенности русского национального характера. М., 1993

древних времен. Например, обычай гостеприимства – из Древнего Рима, а правило предоставлять самые почетные места за столом женщинам и наиболее уважаемым гостям – из Скандинавии.

Столовые приборы, правилами пользования которыми мы порой пренебрегаем в повседневной жизни, были в почете у древних египтян. А умение красиво и бесшумно употреблять пищу всегда было необходимым элементом общей культуры и большим достоинством.

В средние века в европейских странах правила этикета носили характер закона.

Историческая справка

Впервые слово «этикет» было введено на одном из пышных и изысканных приемов у короля Людовика XIV и обозначало строго установленный порядок и формы обхождения при дворе монарха. На этом приеме гостям были предложены карточки с перечнем правил поведения. Так от французского названия карточки – «этикетка» – произошло понятие «этикет».

Правила этикета распространялись на узкий круг людей, принадлежавших к высшему сословию общества, и за пределы этого сословия не выходили.

Этикет задавал стандарты и каноны не только поведения, но и в целом образа жизни дворянства, приводя его к общему знаменателю: надо было вести

себя как все, и жить как все, и чтобы все было как у всех.²

Этикет пронизывал все сферы жизни высшего сословия, буквально до мелочей регламентируя жизнь двора. Это был своеобразный закон, который оказывал очень сильное воздействие на высшее общество. Нарушение норм этикета рассматривалось как преступление. В этом отношении очень показателен случай, произошедший с Людовиком XIII.

Однажды Людовику XIII необходимо было срочно обсудить с кардиналом Ришелье ряд неотложных дел, и он поспешил в апартаменты кардинала. Но Ришелье был очень болен и не смог подняться с постели, чтобы приветствовать короля. Королевское же достоинство и законы этикета не позволяли королю стоя вести разговоры с лежащим перед ним подчиненным. Но дела были столь важными и неотложными, что Людовик XIII нашел следующий выход из ситуации: он лег в постель рядом с Ришелье – и разговор состоялся. При этом законы этикета были соблюдены, а честь короля не пострадала.

Существовала сложная многочисленная атрибутика этикета. Таким вещам, как платок, цветок, перчатка, лента и т. д., придавалось огромное значение. Тончайшие оттенки одежды, цветов, украшений были полны значений. Не случайно именно в это время Шекспир написал трагедию «Отелло», главный конфликт в которой по существу

² Вероника Батхен. Королева Роз. Этикет.

возникает из-за потерянного Дездемоной платка.

Усложненность и профессионализация этикета создали условия для возникновения соответствующих пособий и руководств.

Наибольшую известность сначала в высших кругах Италии, а затем и во всей Европе получила книга современника и друга Рафаэля – графа Бальтассаре де Кастильоне под названием «Придворный», написанная в 1517 году. Именно в этой книге наиболее полно и точно описан образец совершенного придворного.

Сейчас можно прочитать в деловой литературе о таком новом, молодом направлении в развитии бизнес-коммуникаций, как деловой этикет.

На взгляд автора, такое заявление является необоснованным, так как еще в 1881 году Н. Е. Зегимель выпустил книгу «Необходимые правила для купцов, банкиров, комиссионеров и вообще для каждого человека, занимающегося каким-либо делом», в которой сформулировал не только «кодекс чести» российских предпринимателей XIX века, но описал процесс делового общения того времени.

Деловой этикет включает в себя ряд основных правил поведения, принятых в среде хорошо воспитанных людей. Знание делового этикета помогает овладеть искусством межличностного общения и избежать досадных ошибок, которые могут возникать в ходе деловых переговоров.

В деловом общении особенно значимыми становятся этикетные модели поведения.

Взаимодействие людей, в том числе и деловое, издавна регулировалось и упорядочивалось нормами и правилами этикета. Сегодня для успешного ведения бизнеса на международном рынке мало знать основы экономики, маркетинга, менеджмента.

Необходимо принимать и придерживаться правил общения, построенных на соблюдении делового этикета.

Этикет – это совокупность правил поведения, которые регулируют внешние проявления человеческих отношений (формы общения и приветствия, поведение в общественных местах, манеру одеваться и т. д.).

Глава 1. Правила делового общения

1.1. Формы приветствия и представления

*Перед лицом седого вставай и почитай лицо
старца...
Левит, 19:32*

В одной этой фразе из Ветхого завета сформулировано основополагающее правило представления. С представления начинается знакомство людей, деловых партнеров. Этот момент очень важен с психологической точки зрения. Ошибки и неловкость при знакомстве могут осложнить беседу или вызвать раздражение.

1.1.1. Правила приветствия

Приветствие – весьма существенный и не такой простой элемент коммуникации. Во-первых, приветствие крайне информативно и может дать внимательному человеку представление о том, кто перед ним.

Многочисленными научными исследованиями подтверждено, что в первые секунды знакомства у нас складывается мнение о собеседнике. Это впоследствии влияет на принятие решения о том, заинтересованы мы в дальнейшем общении с этим человеком или нет. И не стоит думать, что такое правило относится только к повседневной жизни. Если задуматься, то каждый сможет привести не один пример из своей деловой жизни, когда сразу после знакомства вы понимали, что дальнейший контакт с этим человеком будет для вас неприятен. А если дальнейшее сотрудничество с ним неизбежно, то вы постараетесь тактично переключать его на своего помощника или коллегу.

Общепринято, что первым приветствует:

- мужчина – женщину;
- младший по возрасту – старшего;
- нижестоящий по должности – вышестоящего;
- входящий в помещение – присутствующих;
- проходящий – стоящего;
- один человек – группу людей.

В официальной среде действует международный принцип предпочтения рангов, то есть отношение к персоне определяется в первую очередь ее чином или должностью. Во взаимоотношениях начальник – работник все четко и понятно – первым здоровается подчиненный. Лицам равного социального положения или ранга можно дать совет, высказанный графом А. А. Игнатьевым: «Из двух офицеров, имеющих оди-

наковое звание, первым здороваются тот, кто более вежлив и воспитан».³

Вы, наверное, спросите, почему в деловой среде при приветствии ранг ставится выше возраста. Ответ прост: в бизнесе на вас смотрят в первую очередь как на представителя фирмы, занимающего определенную должность, и считаются с вашими деловыми преимуществами. Возраст, пол – это не основные качества, они не заменяют в бизнесе опыт, знания, способности. Поэтому молодой специалист, мужчина или женщина, успешно сделавший карьеру, в деловом мире может стоять на одной ступени с тем, кто намного старше его по возрасту. Деловые способности и успех в бизнесе не имеют пола и возраста.

Конечно, могут быть случаи, когда субординация нарушается, но это вправе сделать лишь тот, кто выше по рангу.

В последнее время в бизнесе все больше становится преуспевающих женщин-руководителей, женщин-бизнесменов. Такие женщины ведут бизнес как мужчины и не требуют к себе особого отношения. Они стараются не принимать своеобразные знаки внимания, на которые могут рассчитывать в светской или личной жизни. Нет мужского или женского делового этикета – правила одинаковы для всех. Есть только две формы поведения: деловая и дружеская.

Мужчинам, ведущим бизнес с женщинами, можно дать следующие рекомендации: «В деловом мире женщина равна

³ Игнатъев А. А. 50 лет в строю. М.: Советский писатель, 1952

с мужчиной. Когда сомневаетесь, как вести себя с женщиной в деловой ситуации, вспомните, как бы вы вели себя, если бы на ее месте был мужчина, а не женщина».⁴

Существуют и общие моменты, которые предлагается не игнорировать каждому воспитанному человеку.

Когда мужчина приветствует кого-то на расстоянии, то делает поклон, прикасаясь рукой к головному убору, женщине достаточно приветливо улыбнуться и слегка кивнуть головой. Сидящий при встрече должен встать, после чего выразить свое приветствие. Во время приветствия во рту не должно быть сигареты, а руки не должны находиться в кармах.

Когда вы входите в кабинет руководителя или партнера по бизнесу, достаточно ограничиться вежливым приветствием: *«Доброе утро»*, *«Добрый день»*, *«Добрый вечер»*. Такая словесная форма приветствия наиболее употребительна в деловом общении.

Настоятельно рекомендуется исключить из делового лексикона слово «здравствуйте», не только потому, что такое приветствие носит светский характер, но и потому, что, произнося «здравствуйте», вы таким образом поднимаете тему здоровья, которая в деловом мире, как правило, является запретной.

⁴ Разумов С. С. Деловой этикет // ББП – Бухгалтерские Вести. 2003, N 26

1.1.2. Обращение: на «Вы» или на «ты»

При общении с деловыми партнерами в большинстве случаев должна употребляться вежливая форма обращения «Вы».

Обращение на «Вы» подчеркивает уважительное отношение к человеку. Это местоимение используется в официальной обстановке, при обращении к малознакомым людям, к старшим по возрасту или к лицам, которые занимают более высокую социальное положение.

Если вы встречаете человека впервые, то обращаться к нему следует обязательно на «Вы». Обращение на «ты» допустимо только при взаимном согласии либо может быть обусловлено неформальными отношениями. Независимо от социального положения, возраста и личных симпатий к человеку в официальной среде стоит обращаться на «Вы».

К человеку, достигшему 25-летнего возраста, лучше обращаться на «Вы», дополняя именем и отчеством, а к тем, кому 15–25 лет, также стоит обращаться на «Вы», но добавляя только полное имя. Такие нормы обращения пришли в деловое общение из правил русского светского этикета конца XVIII века.

«Ты» употребляется в отношении друзей, хороших знакомых и родственников.

Четких и строгих норм перехода с «вы» на «ты» не суще-

ствуется. *В качестве общих рекомендаций можно предложить следующие правила:*

- не торопитесь сразу после представления переходить на «ты», такая фамильярность и поспешность могут вызвать раздражение у собеседника;

- в отношениях с мужчиной женщина сама определяет момент перехода с «вы» на «ты»;

- избегайте переходить на «ты», если знаете, что человек не может позволить себе такой переход, например из-за большой разницы в социальном статусе;

- младший по возрасту или рангу может сделать предложение старшему называть его на «ты», однако выбор такого обращения останется за старшим;

- в официальной обстановке или в присутствии посторонних лиц, для которых ваш приятель – начальник или деловой партнер, лучше обращаться к нему на «Вы», не демонстрируя ваши дружеские отношения.

К сожалению, в российских офисах достаточно часто можно столкнуться с излишне непринужденной формой обращения к подчиненным со стороны начальника, что, конечно, не делает чести, прежде всего, руководителю.

Один показательный пример печальных последствий неуважительного обращения к помощнику. Руководитель ювелирной компании постоянно, при посторонних в том числе, обращался к своему помощнику панибратски, исключительно на «ты»,

употребляя нелестные выражения, видимо, считая, что такая форма обращения демонстрирует его лояльность к подчиненному. Этот сотрудник являлся по сути вторым человеком на фирме, был профессионалом, имел высшее образование, семью, и подобное обращение к себе не считал корректным. Это явилось одним из факторов перехода его в другую фирму, а компании пришлось потратить довольно много времени и средств на поиск нового профессионального помощника руководителя.

Стоит также помнить, что, задавая вопросы или выступая на крупных конференциях, симпозиумах или других значимых деловых мероприятиях, обращаться к своему коллеге следует на «вы», даже если вы хорошо с ним знакомы. Этим правилом можно пренебречь в менее официальной обстановке или в деловой беседе, когда все ее участники хорошо знают друг друга и обращаются на «ты».

Традиции перехода на «ты» в разных странах отличаются. Например, в английском языке нет различий между этими двумя местоимениями, американцы довольно легко переходят на «ты», просто называя собеседника по имени, причем используют сокращенную форму обращения. Если у вас нет желания переходить с американцем на «ты», тогда при общении с ним вы можете продолжать называть его «мистер Джонс» или «доктор Смит», давая понять, что вы не принимаете такую форму обращения. Но в этом случае будьте готовы к тому, что вас могут посчитать заносчивым и снобом.

Для японцев, например, столь свободная форма обращения в деловой беседе будет неприемлема.

В России существует традиция, согласно которой уважительным считается обращение по имени и отчеству.

1.1.3. Правила представления

При обращении к официальным лицам, занимающим высокий государственный пост или имеющим воинское, дипломатическое звание, как правило, обходятся без упоминания имени: господин президент, господин премьер-министр, господин генерал (не называя полного военного чина, например генерал-майор, генерал-лейтенант).

В научном мире принято обращаться по имени, например «доктор Джонс» или «профессор Гладышев».

По правилам этикета предусмотрено следующее: при обращении к официальному лицу его обычно немного «повышают» в должности. Так, подполковника именуют «господин полковник», посланника – «господин посол», заместителя министра – «господин министр».

В западноевропейских странах при обращении друг к другу принято добавлять к имени звание или должность. Причем в отличие от России совсем не обязательно, что у человека, к которому вы обращаетесь, действительно есть это звание. Например, в Австрии принято обращение «господин

доктор» по отношению к медикам, актерам, музыкантам, а в США профессором называют любого преподавателя высшей школы. В большинстве стран, кроме Германии, можно обращаться к людям без упоминания фамилии: господин доктор, господин профессор и т. д.

Если вам необходимо представить двоих людей друг другу, то вы должны сами назвать представляемых, а не перекладывать на них процедуру знакомства. Просто подвести их друг к другу и сказать: «Познакомьтесь» – будет невежливо. При официальном представлении кроме фамилии, имени и отчества необходимо назвать занимаемую должность, титулы и звания представляемых.

Например: *«Сергей Петрович, разрешите Вам представить руководителя отдела продаж компании «Альфа-ювелир» Николая Анатольевича Абрамова»*. Хотя в настоящее время в деловой среде приняты более короткие формы представления. Словесная форма такого представления может выглядеть следующим образом: *«Познакомьтесь. Владимир Иванович Соболев, руководитель отдела продаж компании «Бета-ювелир». Сергей Анатольевич Сафронов, руководитель компании «Гамма-ювелир»*.

После представления новые знакомые обмениваются рукопожатием и словами приветствия: *«Очень рад с Вами познакомиться»*, *«Очень приятно»*, *«Взаимно»*, после чего, как правило, происходит непродолжительная беседа, 10–15 минут. Инициатором такого разговора выступает человек, стар-

ший по возрасту, положению, такая же привилегия есть у женщины.

Мужчина в момент представления должен встать. Женщина может не вставать, за исключением тех случаев, когда ее представляют даме значительно старше ее по возрасту или положению. При деловом общении приоритетным является старшинство, связанное с занимаемой должностью или рангом.

Существует также односторонний порядок представления – при представлении одного человека группе людей. Так, оратора представляют аудитории.

Согласно правилам этикета порядок представления почти полностью совпадает с правилами приветствия:

- младший по возрасту представляется старшему;
- мужчину представляют женщине;
- лица, имеющие более низкое общественное положение, представляются тем, кто выше по статусу;
- вновь прибывший человек представляется собравшимся;
- один человек – группе, даже если она состоит из двух людей;
- подчиненный – руководителю;
- если представляют одного человека сразу несколькими, следует громко назвать его имя и фамилию, а представляемый должен сделать легкий поклон всему сообществу.

1.1.4. Рукопожатие

В России и в некоторых европейских странах рукопожатие является непременным атрибутом при встрече и прощании.

Исторически рукопожатие символизирует доверие, чистоту помыслов и открытость; именно поэтому принято снимать перчатку, протягивая руку для приветствия. Если вы по какой-то причине не можете подать руки, то следует сразу объяснить это и извиниться.

Первой обычно руку подает женщина мужчине; старший по возрасту или рангу – младшему; руководитель – подчиненному. Если женщина или старший по возрасту, чину не предлагает руки, мужчине или младшему представляемому следует слегка поклониться.

Мужчинам рекомендуется всегда обмениваться рукопожатиями друг с другом, при этом необходимо снимать перчатки.

Женщины между собой могут обмениваться рукопожатиями только по обоюдному желанию. При этом женщинам можно не снимать перчатки, поскольку перчатки (шелковые, матерчатые, лайковые), сумка, шарф и головной убор являются частью дамского туалета. Однако варежки и теплые кожаные перчатки рекомендуется снимать не только мужчинам, но и женщинам. Если при приветствии одна из женщин

обнажила свою руку для рукопожатия, то другая также обязательно должна снять свою перчатку.

Рукопожатие может быть очень информативным, особенно его интенсивность и длительность. По словам русского писателя Куприна, «по пожатию руки можно не только узнать отношение человека к тебе, но и все о его характере». Рукопожатие должно быть крепким и уверенным. Слишком короткое, вялое рукопожатие может свидетельствовать о безразличии. Если у человека влажные руки, то, вероятно, он испытывает сильное волнение или у него плохое кровообращение. Рукопожатие чуть-чуть дольше обычного, улыбка и приветливый взгляд демонстрируют дружелюбие собеседника.

Интересный факт: различные повороты ладоней придают рукопожатию соответствующие психологические значения. Например, когда ладонь партнера при рукопожатии оказывается повернутой вверх, а ваша – вниз, это воспринимается как властное рукопожатие. Такое рукопожатие свидетельствует о том, что вы хотите быть главным в процессе общения.

Если же вы протягиваете руку, развернув ее ладонью вверх, – это так называемое «покорное» рукопожатие. Оно бывает полезно в тех случаях, когда необходимо отдать инициативу другому человеку или позволить ему чувствовать себя хозяином положения.

Рукопожатие, при котором руки партнеров находятся в

равном положении, означает, что оба испытывают взаимное уважение и взаимопонимание. Пожатие прямой, несогнутой ладонью, как и властное рукопожатие, можно считать явным признаком неуважения к партнеру. Главная цель инициатора такого жеста – сохранить дистанцию и напомнить о неравенстве.

Пожатие с использованием обеих рук выражает искренность и глубокое почтение к партнеру. Такая форма рукопожатия очень распространена в восточных странах. Для передачи переполняемых чувств свободную от взаимного пожатия руку кладут сверху на руку партнера.

При проведении переговоров с иностранными партнерами с Востока не стоит забывать, что принятое у нас и на Западе рукопожатие при встрече, прощании или представлении деловых партнеров в мусульманских странах абсолютно неуместно. Исламская религия не приемлет даже простое касание друг друга лицами разного пола, если они не связаны кровными узами. Особенно это стоит учитывать тем, кто связан с ювелирным бизнесом, так как за последние годы значительно увеличилось количество деловых контактов с представителями именно мусульманских стран.

Как известно, рукопожатие является не только приветственным знаком. Когда встреча подошла к концу, и пришло время расставаться, еще одно взаимное пожатие рук означает, что встреча завершена.

Что касается целования руки женщины, то в настоящее

время такой обычай приветствия почти не используется, тем более в деловой среде. Это статусное приветствие, то есть его используют в строгом соответствии с социальным положением.

Если вы хотите, чтобы о вас сложилось хорошее впечатление, стоит запомнить несложные правила:

- руку целуют женщинам старшего возраста или замужним женщинам;
- целовать руку женщине можно только в закрытых помещениях, нельзя целовать руку во время еды, в магазине, метро или на автобусной остановке;
- в большом обществе следует поцеловать руку лишь хозяйке приема или дома.

1.2. Визитная карточка

Кейгу, великий дзенский учитель Эры Мэйдзи, стал главой Тофуку, кафедрального собора в Киото.

Однажды правитель Киото навестил его в первый раз.

Слуга вручил визитную карточку правителя, на которой было написано: «Китацаки, правитель Киото».

«Я не имею дела с такими людьми, – сказал Кейгу слуге. – Скажи ему, пусть уходит отсюда».

Слуга с извинениями вернул карточку своему господину.

«Это моя ошибка, – сказал Китацаки и карандашом зачеркнул слова «правитель Киото». – Спроси учителя снова».

«О, это Китацаки? – воскликнул Кейгу, когда вновь увидел карточку.

– Я хочу видеть этого человека!»

Визитная карточка – обязательный атрибут при установлении деловых отношений с представителями зарубежных компаний, особенно при первых встречах.

В некоторых странах, таких как Япония, Китай, Гонконг и Корея, визитные карточки заменяют любой документ.

Например, в Японии человек без визитной карточки фактически ничего не представляет собой как личность, по-

сколько в деловом мире известна только фирма, в которой он работает. С визитной карточкой, да еще со значком фирмы на лацкане пиджака, он олицетворяет уже саму фирму, независимо от того, какой пост он занимает в компании.

До тех пор пока вы не вручите японцу вашу визитную карточку, трудно рассчитывать на серьезное деловое общение.

К сожалению, многие не уделяют должного внимания такому моменту, как наличие персональной визитной карточки и правила ее вручения.

Интересный случай рассказала Лэйл Лаунсенд, специалист из США в области деловых коммуникаций, об ошибках американки, прилетевшей в Японию: «Чтобы чувствовать себя удобно во время длительного перелета в Токио, она надела свои любимые стильные джинсы и курточку. Четырнадцать часов спустя четверо безупречно одетых джентльменов приветствовали ее в аэропорту Нарита.

Улыбаясь и низко кланяясь, они вручили ей свои визитные карточки. Держа в одной руке сумку, она взяла визитки свободной рукой. Поблагодарив и бросив взгляд на визитки, положила их в задний карман джинсов. Затем достала свою визитную карточку.

Решив, что иностранцам будет трудно произнести ее полное имя Джеральдина, напечатанное на карточке, сверху она написала уменьшительное «Джерри».

Джентльмены склонились над визиткой, долго изучали ее и даже несколько раз взглянули на обратную

сторону, прежде чем один из них спрятал карточку в портфель...

Ошибкой Джерри было пренебрежительное обращение с визитками. В Азии визитная карточка является одним из важнейших элементов протокола – ее всегда дают и принимают обеими руками, с подчеркнутым уважением. Кроме того, Джерри слишком быстро убрала врученные ей визитки.

В Азии стараются завязать разговор, читая информацию на карточке и не откладывая ее до тех пор, пока собеседник осторожно и почтительно не уберет врученную ему визитку. Положить визитку в задний карман джинсов – проявление крайнего неуважения. ...

Джентльмены несколько раз переворачивали визитную карточку Джерри, пытаясь на обратной стороне найти ее имя и информацию о компании, в которой она работает, на японском языке. Обратная сторона визитки была чистой.

Джерри не следовало дописывать на карточке свое имя. Визитные карточки в Азии, конечно, не священный предмет, но во всяком случае нечто такое, что нельзя портить беспорядочными надписями, сделанными от руки».⁵

В книге «Законы бизнеса» Кристи Ли пишет: «Визитная карточка – важная составляющая бизнеса. Это эффектив-

⁵ Георгий. Монахов. Визитные карточки – простая бумажка или инструмент бизнеса?

ная и к тому же недорогая форма рекламы... Карточка – это стратегическое оружие. Она влияет на развитие бизнеса еще долго после того, как вы ее кому-то дали. Не жалейте карточек... Ответ на вопрос: «Чем вы занимаетесь?» – должен лежать у вас в кармане...».

Историческая справка

Возвращаясь к истории, можно смело сказать, что первые визитки появились более 2500 лет назад в Китае. Именно тогда было зафиксировано первое появление прародителей современных визитных карточек – тонких бамбуковых дощечек для письма. На одной стороне таких дощечек вертикально наносился текст, в котором указывалось лицо, подающее прошение или делающее визит, кратко излагалась просьба или тема визита. В III веке до н. э. бамбуковые дощечки для письма были заменены на визитки из другого материала – шелка.

Естественно, такие карточки не могли быть универсальными, поскольку изготавливались каллиграфами индивидуально для каждого случая, и к тому же стоили больших денег.

*Позднее, в середине XVII века, во Франции, во времена Людовика XIV, появились визитные карточки, более похожие на современные, из картона. Великолешие и роскошь французского двора стали поводом для введения в светский этикет *carte de visite* – карточек*

для визита.

Из довольно заурядных картонок *carte de visite* превратились в подлинные шедевры графического искусства и стали прекрасным дополнением к лоску, титулу и положению своего владельца. Говоря современным языком, карточка для визита является неотъемлемой частью имиджа высокопоставленного французского дворянина.

В России первые визитные карточки появились во времена правления Екатерины Великой. Визитная карточка, или, как ее называли в народе, визитный билет, продолжала оставаться отличительным знаком лиц благородного происхождения. Не каждому было дозволено иметь визитный билет. Например, даже очень богатый и известный купец не имел права пользоваться визитной карточкой, а только визитным листком.

Время шло, все менялось, менялось и отношение к визитной карточке. В начале XIX века в обществе стали очень популярны утренние визиты к родственникам, знакомым и сослуживцам. И примерно во второй половине XIX века такие визиты становятся обычаем. Визитная карточка является неотъемлемой частью таких визитов. Таким образом, визитка становится частью светского этикета. Знание правил вручения визитных карточек столь же обязательно, как и умение пользоваться столовыми приборами.

Своим выходом в «люди», а точнее, в «деловые люди», визитка обязана возросшей роли буржуазии

в обществе в конце XIX века. Недаром английское название визитной карточки – business card – в дословном переводе звучит как «деловая карточка» и способствует не только церемониалу представления, но и развитию деловых связей.

К сожалению, в послереволюционной России визитная карточка надолго уходит в подполье как пережиток буржуазии. В советские времена визитные карточки относятся только к дипломатическому протоколу и внешнеэкономической деятельности. Как и для чего используются визитные карточки, обычному советскому человеку в то время было неизвестно и непонятно.

Возрождение этикета визитной карточки началось с развитием предпринимательской деятельности в нашей стране в конце 80-х годов прошлого столетия. В тот период визитка снова занимает свое место в сфере деловых коммуникаций.

Как говорилось ранее, визитная карточка – одна из составляющих имиджа фирмы и персонального имиджа ее владельца. Она является не только выражением индивидуально-стиля и вкуса человека, но также фирменного стиля компании.

1.2.1. Основные виды визитных карточек

На сегодняшний день можно выделить три основных вида

визитных карточек:

Личная – как правило, указываются имя и фамилию владельца. Контактные телефонные номера, должность и адрес указаны не всегда, это не обязательно. Для такой визитки характерен достаточно свободный стиль исполнения.

Личная карточка может содержать сведения о звании или ученой степени владельца, например: доктор экономических наук, кандидат технических наук, генерал-майор – эти данные указывают под именем и фамилией и печатают более мелким шрифтом. Еще стоит подумать, какие дополнительные сведения полезно сообщить на визитной карточке: почтовый адрес, номера телефонов, адрес электронной почты и т. д.

Дополнительные сведения, как правило, печатают мелким шрифтом в нижнем правом углу. На Западе принято на личной визитной карточке проставлять адрес клуба.

Например, в левом нижнем углу – адрес клуба, а в правом нижнем углу – домашний адрес. Так что, получив такую карточку, не удивляйтесь: личная карточка на то и есть личная, что содержит соответствующую информацию о своем хозяине.

Деловая – обязательно указывается имя, фамилия, должность, название и реквизиты компании. Используется фирменный стиль компании, логотип и т. д. Как правило, такая визитная карточка выполняется в строгом, деловом стиле.

Корпоративная – без имени и фамилии конкретного ли-

ца. Указывается сфера деятельности фирмы, перечень услуг, контактные телефоны, карта проезда, адрес интернет-сайта, фирменная символика. Основная цель такой визитки – короткая рекламная информация, в основном корпоративные визитные карточки нужны на выставках. Часто такие визитки делают двусторонними или в виде книжечки.

Кроме того, существуют еще *представительские, супружеские и визитные карточки официальных лиц*.

1.2.2. Правила оформления визитных карточек

Существуют совершенно определенные требования к исполнению визитных карточек в деловом мире:

1. Обычная визитная карточка представляет собой кусок плотной бумаги (150–300 г/кв. м) с гладкой или текстурной поверхностью. Размер визитной карточки может незначительно отличаться в разных странах: российский стандарт карточки – 50×90 мм, европейский – 55×85 мм, американский – 51×89 мм, японский – 55×91 мм.

2. Название компании пишется полностью, каким бы длинным оно не было, без сокращений и именно так, как оно зарегистрировано в учредительных документах (ООО «Ювелирная компания «БетаЮвелир-Холдинг», ОАО «Альфа-ювелир»). В крайнем случае допустимо общепринятое обозначение «компания».

3. Фамилия, имя, отчество пишутся полностью. Если имя должно быть напечатано на иностранном языке и отчество не предусмотрено, то можно ограничиться обозначением отчества одной заглавной буквой.

Например, «*Ольга Ивановна Свиридова*» в англоязычном варианте будет выглядеть следующим образом: «*Olga I. Sviridova*». Хотя некоторые консультанты по вопросам делового этикета рекомендуют в подобных случаях указывать отчество на визитке также полностью, аргументируя это национальным русским речевым этикетом и нашим делопроизводством.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.