DOI: 10.17117/na.2015.02.214

Поступило в редакцию: 02.02.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.02.214.pdf>**Попкова С.А.****Практика ведения деловых переговоров российских представителей с французскими партнерами****Popkova S.A.****Practice of negotiations between Russian and French partners**

В данной статье речь идет о психологических особенностях ведения переговоров российских представителей с французскими партнерами. Рассмотрены теоретические и практические аспекты делового общения между представителями разных стран и культур, что позволяет правильно выстроить деловые и личностные отношения, избегав неловких ситуаций и завоевав их уважение. Знание французской психологии в деловой сфере способствует заключению взаимовыгодных сделок и реализации совместных перспективных проектов

Ключевые слова: переговоры, французские партнеры, деловое общение, кросс-культурная психология

This article is about psychological peculiarities of negotiations between Russian and French partners. There are theoretical and practical aspects of business communication of representatives of different countries and cultures. That allows to establish good business and private relationships, avoiding conflicts and misunderstanding. The knowledge of French psychology in business communication leads to mutually beneficial transactions and the realization of perspective projects

Key words: negotiations, French partners, business communication, cross-culture psychology

Попкова Софья Александровна
Преподаватель
Технологический университет
г. Королёв, ул. Гагарина, 42

Popkova Sofya Aleksandrovna
Teacher
University of Technology
Korolev, Gagarina st., 42

Искоренение проблем, связанных с культурными особенностями той или иной нации, является одной из наиболее актуальных задач в деловой сфере в ходе ведения переговоров. Как показывает практика, одной из наиболее трудных проблем в личных и деловых отношениях является проблема признания права других культур на самобытность суждений, поступков, действий, которые отличаются от нашей позиции и взглядов. Так, по словам выдающегося лингвиста и специалиста в области кросс-культурной психологии, главы Центра по изучению кросс-культурного взаимодействия «Richard Lewis Communications», имеющего филиалы в более 30 странах мира, где бизнесмены из крупнейших корпораций мира обучаются навыкам делового общения с представителями других культур Р.Д. Льюиса, «очки» своей культуры затуманивают взор собеседников разной национальности». Поэтому деловые партне-

ры, не принимающие во внимание культурные особенности и обычаи их иностранных коллег, нередко не могут прийти к соглашению и в бизнесе.

Однако важно помнить, что каждый партнер всегда остается представителем именно своей нации, носителем традиций своей страны. И попытки сломать их стереотипы и навязать свой образ мыслей лишь губительно скажется как на деловых, так и на личных отношениях партнеров.

Рассматривая российских и французских партнеров, стоит отметить, что по классификации Льюиса Франция, так же как и Россия, относится к полиактивной культуре. Так, полиактивные культуры, как правило, очень активны. Это культуры, привыкшие выполнять несколько дел одновременно, при этом не следовать расписанию и не соблюдать временные рамки. Льюис выделил следующие черты, присущие представителям полиактивной культуры:

- График непредсказуем,
- Планирует только в общих чертах,
- Любопытный,
- Словоохотливый,
- Общительный,
- Непунктуальный,
- Дает проектам накладываться друг на друга,
- Меняет планы,
- Эмоционален,
- Часто перебивает,
- Несдерживаемая жестикуляция и мимика,
- Смешивает социальное и профессиональное.

Такое сходство, безусловно, изначально дает возможность российским и французским партнерам лучше понимать друг друга. Однако есть и различия, которые необходимо учитывать во взаимодействии с представителями французского народа.

По мнению Филиппа Пегорье, экономического и торгового советника посольства Франции и президента Французской торгово-промышленной палаты в России, залогом успеха при ведении бизнеса в России служат хорошие личные отношения с местными партнерами. Так, например, «установили контакт с губернатором Калужской области – проводим там заседание российско-французской комиссии по экономическому сотрудничеству».

По словам президента Французской торгово-промышленной палаты в России Эммануэля Киде, «если во Франции бизнес – это процесс, то в России – отношения, хотя без отношений невозможен любой процесс. Во Франции, опираясь на традиции, стабильное законодательство и понятные всем правила игры, можно заниматься бизнесом самостоятельно. В России же развитие любого бизнеса подразумевает, в первую очередь, наличие отношений и связей на разных уровнях государственного и частного секторов».

Поэтому для более полной и быстрой адаптации к культурным особенностям России экономический и торговый отдел посольства Франции проводит для своих бизнесменов своеобразный «курс молодого бойца» – семинары о местном менталитете и особенностях ведения бизнеса. Ежегодно курс прохо-

дят представители восьмисот французских фирм, которым посольство помогло освоиться с реалиями российского бизнеса. Первый же совет в составленной для французов памятке звучит так: «Чтобы зайти на российский рынок, надо отбросить предубеждения».

В связи с этим необходимо разобраться в особенностях французской психологии в деловой сфере. А это, в свою очередь, позволит российским и французским партнерам грамотно и бесконфликтно сотрудничать, заключать взаимовыгодные сделки и реализовывать совместные перспективные проекты.

Французы очень чтят свою страну, ее историю, культуру и язык. Поэтому в них заложено непоколебимое убеждение в собственном превосходстве над всеми другими нациями.

Логика и аргументация являются ключевым аспектом жизни французов. Так, например, возмущенные пассажиры ждут, чтобы им непременно объяснили причины опоздания автобуса, они готовы тут же оценить состоятельность и несостоятельность доводов водителя, несмотря на то, что из-за этого автобус, да и они сами опоздают еще больше. Подобное стремление к рационализации и ценности знаний было описано великим французским философом и математиком Рене Декартом еще в XVII веке.

Основой его рассуждений служило «сомнение во всем». И только вооруженный достоверными средствами мышления (интуицией и дедукцией) человеческий разум может достигнуть во всех областях знания полной достоверности. Так, и по сей день логика французов строится на выработанных Декартом принципах:

- Допускать в качестве истинных только такие положения, которые представляются ясными и отчетливыми, не могут вызвать никаких сомнений в их истинности;

- Разделять каждую сложную проблему на составляющие её частные проблемы или задачи;

- Методически переходить от известного и доказанного к неизвестному и недоказанному;

- Не допускать никаких пропусков в логических звеньях исследования.

Также важно отметить, что Франция является в некотором смысле страной противоречий. Здесь нельзя выделить единую манеру поведения, единые нравы и обычаи. Цитируя известного французского поэта XX века Луи Арагона «Франция – результат столкновения противоположных сил, вековой борьбы великих бедствий и великих мечтаний. В ней на ограниченной территории можно увидеть больше разнообразия и контрастов, чем в любой другой стране. Франция объединяет целую сотню, если не больше, стран».

Такие противоречия могут встречаться не только в повседневной жизни каждого француза, но и в деловой среде. Так, теоретически бизнес-культура Франции довольно иерархична, сотрудники одной компании никогда не называют друг друга по имени. Общепринятой формой обращения к мужчине является «Месье» (Monsieur), а к женщине – «Мадам» (Madame). Но, несмотря на это, приветствие коллег может выражаться не только рукопожатием, но и поцелуем в щеку.

Также для французов существует несоизмеримая пропасть между государственными законами и неписанными нормами поведения: первые следует игнорировать, а последние, напротив, непрекословно соблюдать.

Особым качеством французов является их неторопливость, вследствие чего они никогда не приходят вовремя. По их мнению, опоздать на пятнадцать минут – абсолютно нормально, а поэтому они уверены, что не опаздывают никогда.

Одежда во французских деловых кругах не является показателем занимаемого положения. На работу французы нередко надевают деловые костюмы, скорее смахивающие на униформу. Однако и такая одежда не лишена свойственного французам щегольства и изобретательности.

Речь французов отличается высокой скоростью, а разговоры – непринужденностью. В то же время в ходе беседы французы нередко перебивают друг друга, что может показаться неэтичным с точки зрения русского человека. Однако для француза это означает большую вовлеченность в тот или иной разговор, участливость и заинтересованность.

Язык мимики и жестов, придуманный, как и все остальное, никем иным, как французами, играет огромную роль. Во время беседы их руки никогда не бывают спокойными, ибо именно они и придают мыслям очертания и объем, характеризуют душевное состояние человека. Поэтому французы считают невежливым прятать руки в карманах в ходе беседы и более того, даже во время совместного с французом обеда руки должны лежать на столе, даже если человек не ест. Согласно старой традиции, человеку, держащему руки на коленях под столом, не доверяют.

В целом, французы считают, что все должно делаться «*comme il faut*» (так, как надо, как следует). Ведь существует установленный порядок вещей, придуманный, безусловно, ими же самими, и этот порядок необходимо поддерживать.

На основе перечисленных выше привычек и нравов французского народа стоит еще раз сакцентировать внимание на их особенностях. Так, в ходе деловых переговоров французские партнеры:

- Используют официальное обращение по фамилии,
- Рассаживаются в соответствии со статусом,
- Редко принимают важные решения в ходе переговоров, так как нередко тот, кто отвечает за принятие решений, отсутствует,
- Гордятся быстротой своего мышления, но не любят, когда их торопят в принятии решений,
- Быстро привязываются к любому нелогичному высказыванию партнера и не идут на уступки до тех пор, пока их собственная точка зрения и логика не будут аргументировано опровергнуты,

Пребывают на встрече в официальной деловой одежде, демонстрируя при этом отменный вкус и стиль.

Так как в большинстве случаев французы основательно готовятся к предстоящим переговорам, изучая все аспекты конкретного дела, необходимо

быть не менее подготовленными и осведомленными, чтобы с легкостью оперировать фактами и отстаивать свою позицию.

Несмотря на то, что многие французы, особенно в деловой среде, говорят по-английски, использование их родного языка куда более предпочтительно на переговорах, так как этот жест сразу привлечет их внимание и благоприятно скажется на взаимоотношениях.

При работе с французами не стоит быть чересчур фамильярными, но и необходимо следить за тем, чтобы не выглядеть мрачными и насупленными. Главное – быть приветливыми и вежливыми.

Также важно учесть, что переговоры с французами длятся намного дольше, чем с представителями других наций. Поэтому необходимо набраться терпения и заложить достаточно времени для того, чтобы заключить сделку.

Визитки желательно подготовить на английском и/или французском языках с указанием должности и ученой степени, если она есть. Двусторонние визитки использовать не принято, так как на обратной стороне иногда записывается дополнительная информация и делаются пометки. Принимая визитку от французского партнера, стоит сразу положить ее именно в визитницу или бумажник, но никак не в карман.

Для установления личных отношений между партнерами обычно устраивается бизнес-ланч, который начинается в 12:30 или 13:00 и заканчивается около 15:00. Сама сделка, как правило, не обсуждается во время ланча. Но если же Вы хотите обсудить дела, то необходимо дождаться подачи десерта. В целом же бизнес-ланч посвящен обсуждению истории, политики, культуры, кухни. При этом, однако, не стоит упоминать о войне 1812 года, критиковать Наполеона или спрашивать, за кого голосовал Ваш французский коллега на последних выборах. А вот показать, что Вы разбираетесь во французских винах и сырах, просто необходимо!

Важно также обратить внимание на то, что проявление щедрости и теплоты между деловыми партнерами, в отличие от России, во Франции не приняты. Поэтому в случае, если Вы хотите преподнести подарок французскому коллеге, то он должен быть достаточно скромным и преподнесен лишь после заключения какого-либо решения. В противном случае подарок может быть воспринят как взятка или подкуп. Визитки также не принято вкладывать в подарок.

Таким образом, рассмотренные и проанализированные теоретические и практические особенности ведения переговоров с французскими партнерами дают нам возможность наиболее правильно построить деловые и личные отношения с представителями этой нации, избежать курьезов и завоевать их уважение. А принимая во внимания все тонкости французской культуры, можно надеяться на успешное проведение переговоров и заключение взаимовыгодной сделки.

Список литературы:

1. Долгова, Зуев, Малышев. Введение в психологию внешней торговли. М.: ВАВТ, 2008. 487 с.
2. Долгова, Малышев. Психологические особенности межкультурной коммуникации во внешней торговле. М.: ВАВТ, 2008. 188 с.

3. Холопов, Савинов. Технологии внешнеторговых сделок. М.: ВАБТ, 2010. 615 с.
4. Фуллье. Психология французского народа. СПб.: Павленкова, 1899. 125 с.
5. Япп, Сиретт. Эти странные французы. М.: Экмонт Россия Лтд, 1999. 72 с.
6. Журнал «Проблемы современной экономики». №1. (2006).
7. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом». №1. (1998).
8. Институт корпоративной культуры.
URL: <http://corpculture.ru/>
9. Центр Р. Льюиса «Richard Lewis Communications».
URL: <http://www.crossculture.com/>
10. О Франции по-русски. URL: <http://www.infrance.su/>

© 2015, Попкова С.А.

Практика ведения деловых переговоров российских
представителей с французскими партнерами

© 2015, Popkova S.A.

Practice of negotiations between Russian and French
partners