

## Мениджмънт

Понеделник  
ПравоВторник  
Данъци и счетоводствоСряда  
Човешки ресурсиЧетвъртък  
Маркетинг и рекламаПетък  
IT

## Мениджърите трябва да разбират чуждите култури

Тамико  
Заблитексперт  
по бизнес етикет  
и протоколТРУДОВОПРАВНА  
КОНСУЛТАЦИЯ

## Въпрос:

Постъпвам на работа като търговски представител на частна фирма. Работодателят изисква да представя определен набор от документи, включително свидетелство за съдимост. Къде е посочено какви документи може да изисква работодателя при сключване на трудов договор?

## Отговор:

Понастоящем действа Наредба №4 от 11.05.1993 г. за документите, които са необходими за сключване на трудов договор. Според текста на чл.1 от наредбата за сключване на трудов договор са необходими: документ за самоличност (в общия случай лична карта), който се връща веднага, документ за придобито образование, специалност, квалификация, правоспособност, научно звание или научна степен, когато такива се изискват за заемане на длъжността, документ за стаж по специалността, когато за длъжността се изисква притежаването на такъв трудов стаж (обикновено се доказва с трудова книжка), документ за медицински преглед при първоначално постъпване на работа, свидетелство за съдимост, когато със закон или нормативен акт се изисква удостоверяването на съдебно минало, разрешение от инспекцията по труда, ако кандидатът не е навършил 16 години или е на възраст от 16 до 18 години. Доколкото разбирам от въпроса ви, във вашия случай е възможно да не е необходимо представянето на свидетелство за съдимост, ако закон или друг нормативен акт не го изисква. Към посочения набор от документи при сключване на трудов договор работодателят може да изисква и други, но само ако това произтича от закон или друг нормативен акт (чл.2 от наредбата).

Коментари изпращайте на [hr@dnevnik.bg](mailto:hr@dnevnik.bg)

Тамико Заблит в момента работи във Франция, където организира курсове за обучение на мениджърите от различните страни по бизнес етикет и протокол. Поводът за посещението ѝ в България е началото на ново професионално сътрудничество с Кристина Крънчева, която е експерт в същата област. Заедно ще правят подобни обучения и в България. Според нея, за да имат успешен бизнес с компании от другите страни, бизнесмените трябва да познават и уважават спецификите на бизнес поведението.



Фотограф Георги Кожухаров

## Как станяхте експерт по етикета?

- В университета учих с много студенти от други страни и това беше първият ми контакт с младежи от Запад и Източна Европа и от Азия. Като завърших, работих в сферата на рекламата. В продължение на 12 години организирах международни кампании за компании като „Пепси“, „Проктър и Гембъл“ и др. Когато бях на 26, се преместих в Париж. Тогава осъзнах, че е трудно една американка да се адаптира към европейския живот. Продължих да работя така, както го правех в САЩ, но вече не бях ефективна. Това ме накара да проуча разликите между културите в страните. След като родих и се върнах на работата, реших да изучавам протокола. Казах си, че ако имаше място, на което биха ме научили как да разбирам чуждите култури, щях да съм много по-добра в работата си. Точно с това се занимавам в момента. Обучавам мениджърите да разбират различните култури.

## Какъв проект разработвате в България?

- Работя в Париж и при мен идват хора от целия свят

- Сингапур, Русия, Китай, Близкия изток и др. Те искат да опознаят европейските мании. Моята специализация е да ги обучавам как да работят с мениджърите от западноевропейските компании. Реших обаче да провеждам курсовете на място, което ще по-близо до тях и по-удобно. Такова място е Източна Европа. Спрях се на София, защото тук познавам подходящия човек, с когото да започна сътрудничеството, и това е Кристина Крънчева. С нея се запознахме в САЩ в началото на миналата година и оттогава работим заедно по различни проекти. Амбицията ни е България да стане част от мрежата, която изграждаме от САЩ до Япония и от Русия до Великобритания.

## Какво ви предстои да правите отгук нататък?

- Трябва да разработим програмите, които ще предлагаме тук. Те трябва да са насочени към различните пазари. Вече имам програма за европейския етикет и работя върху програма за региона на Азия. След това искам да свържа двете програми. Ще дам пример - мой клиент е много известна френска компания, която произвежда скъ-

пи стоки. Когато обаче дойдат клиенти от Азия, Северна или Южна Америка, компанията не знае как да общува с тях. Целта ни е да обучим мениджърите да усещат очакванията на клиентите. Защото компанията се различава най-вече по предоставянето на услугите. Например две компании за шампоан правят един и същ продукт, но го предлагат по различен начин и това придава добавена стойност на продукта. Целта на този вид обучения е да помогнат на компанията да подобрят дейността си. Тук не става въпрос само за повишаване на продажбите. В крайна сметка клиентът трябва да чувства, че е уважаван и че е получил най-доброто срещу своите пари. Как може мениджърите да постигат това, ако дори не знаят как да поздравят клиента, как да се държат с него. В някои страни например човекът насреща трябва да се гледа в очите, а в други погледът трябва да е настрана. Има разлика в това дали трябва да се ръкостискате, целунете или прегърнете. Или друго - когато започнете да разговаряте с клиента или с потенциалния партньор, трябва да знаете дали да започнете да говорите за бизнес веднага,

или първо трябва да отделите време на самата личност. Какви обучения ще предлагате за българските мениджъри?

- За българските мениджъри ще разработим програма за обучение по етикета на всяка от европейските страни. Ще обучаваме и чужденците, които идват да работят в България. Ако „Проктър и Гембъл“ например изпрати мениджър от САЩ тук, той трябва да познава спецификите на етикета и да знае какви са очакванията на хората тук. Ако трябва да бъде честна, много от хората, с които съм разговаряла, не знаят къде е България. Трябва време, за да научим европейските мениджъри какво е България, и това е моята цел. Обученията, които ще правим тук, може да са с различна продължителност - от два часа до пет дни. Те ще са съставени според нуждите на компанията.

## А с какво мениджърите в азиатските страни са по-различни?

- Говорейки за арабските страни, там най-важно е мнението на групата. Ако аз разговарям с арабски бизнесмен, не трябва да го питам за неговото лично мнение. За да се вземе решение, трябва да имат консенсус в цялата група. Също така не може да казват „не“ на арабите. Те също никога няма да ви кажат „не“. Когато ти кажат „Нека да помисля“ или „Ще говорим пак“, това на практика означава „не“. Когато водите преговори, трябва да създадете добри отношения с всеки представител на фамилията. Но, разбира се, трябва да наблегнете на отношението към главата на семейството. Един пример: влизате в стая, пълна с араби, поне 50 души. Искате да говорите с някого, който седи в лявата част на залата. Тогава трябва да тръгнете от дясната страна и да поздравите лично всеки в стаята. Стигате до човека, с когото искате да говорите, и го питате дали по-късно през деня ще може да поговорите. След това продължавате да поздравяват останалите хора в стаята. Като се срещнете насаме, трябва да отделите повече време, през което да го питате за семейството му, за жена му, за децата и чак тогава може да пристъпите към бизнеса.

## Какво трябва да се промени в отношението на мениджърите от Източна Европа?

- Бизнесмените тук са по-гъвкави и сега е подходящото време да се реши как точно трябва да изглежда бизнес етикетът. Въпросът е дали да заемствате повече от правилата на Западна Европа, където икономиката е от първостепенно значение. Хората тук отделят много време за опознаване и обмисляне, а в крайна сметка времето е пари. Може би най-доброто поведение е някъде между мисълта за бизнеса и желанието за създаване на добри отношения. Преценявайки постигнатото в края на деня след дълги преговори, ако сте създали добри отношения, макар и да не сте сключили сделка, пак сте постигнали много.

Интервюто взе Зорница Маркова

## ЦОУМ - Център за обучение на успешния мениджър

## Предстоящи обучения:

17 май - „Техники на продажбата“

18 май - „EQ - Емоционална интелигентност“ - семинар за специалисти човешки ресурси.

19 май - „Бизнес комуникация“

20 - 21 май - „Успешният мениджър“ - запознаване с административна технология за управление на фирми

1407 София, ул. „Кричим“ 1, вх. 2, ет. 2, офис 8

Тел: 02/ 9625045, email: [office@ctsm-bg.com](mailto:office@ctsm-bg.com)