

СУХОВЕЦКАЯ М.В., ст.гр.МЭД-10с
Науч. руков.: Кочура И.В., к.т.н. доц.
ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет"
г. Донецк

КРОСС-КУЛЬТУРНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ ПЕРЕГОВОРНОМ ПРОЦЕССЕ

Рассмотрено понятие кросс-культурная составляющая в международном переговорном процессе, проанализированы различия в ведении переговорного процесса в различных странах.

Актуальность. Успешное заключение сделок в международной торговле не всегда зависит только от успешно составленного бизнес-плана, каких-то экономических, финансовых показателей. В последнее время важное место занимает знание обычаев, традиций, особенностей ведения бизнеса, переговоров в той или иной стране, имидж фирмы. Экономический аспект очень важен, но не менее важно и первое впечатление о вашей фирме в международной торговле. Выполняя свои профессиональные обязанности, необходимо учитывать некоторые национальные особенности делового общения. Для Украины данная тема очень актуальна, так как вступление в ВТО, участие в международных организациях, наличие совместных предприятий и постоянное расширение международных контактов обуславливают необходимость учета национальных особенностей стран-партнеров.

Цель исследования: обоснование важности учета кросс-культурной составляющей при ведении бизнес переговоров с зарубежными партнерами.

Основная часть. Термин «кросс-культура» — прямой перевод с английского слова «Cross Culture», что можно перевести как «пересечение культур». А под кросс-культурными коммуникациями мы понимаем общение и взаимодействие представителей различных культур. Интересно, что за рубежом в названиях книг по кросс-культурным коммуникациям так или иначе присутствуют выражения «на грани культур», «на пересечении культур», «столкновение культур» и т.д. Тем самым подчеркивается проблематичность кросс-культурного общения, акцентируются различия, а не сходства.

В мире существует множество культур. В сознании они часто ограничены рамками государств. Каждая культура «на своей полочке» — этакий паззл. Но если представить нашу современную жизнь, то придется признать, что культуры эти не только не обособлены, они пересекаются. И на подобных перекрестках мы оказываемся ежедневно.

Международный бизнес — непростое занятие, особенно когда речь идет о совместных предприятиях, длительных деловых переговорах или открытии представительств в других странах. Именно поэтому кросс-культурные коммуникации рассматриваются, как правило, в бизнес-контексте.

Глубокое понимание и знание обычаев в проведении бизнеса с зарубежными

партнерами, является особенно важным для людей, занимающихся вопросами экспорта. Это связано с тем, что в международном бизнесе продавец должен приспособливаться к покупателю. Для покупателя в международной сделке, культурные различия не представляются столь важными, если, конечно, он не ставит перед собой цель получить от нее максимум! Если же речь идет о ведении переговоров о совместном предприятии, об установлении стратегического союза, то в международном бизнесе гость должен соблюдать местные обычаи. Всем этим вопросам во многих странах уделяется очень большое внимание.

В ходе деловых контактов с представителями зарубежных фирм и организаций необходимо помнить, что участниками этих контактов являются граждане разных государств. От правильной организации и проведения переговоров во многом зависит будущее принятых решений.

В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи делового общения и деловой этики. Национальный стиль — это наиболее распространенные особенности мышления, восприятия, поведения. Они не будут обязательными чертами, характерными для всех представителей страны, а только типичными для них.

Трудности на переговорах зачастую возникают в связи с различиями в ожиданиях, которые нередко обусловлены именно различиями национальных культур. Знание национальной специфики ведения переговоров поможет избежать ошибок восприятия и произвести более благоприятное впечатление на партнера, установить с ним долгосрочные партнерские отношения.

В этнопсихологии принято различать культуры с низким уровнем контекста, в которых произнесенные слова воспринимаются собеседником практически буквально, без учета возможного скрытого смысла. К ним относятся, к примеру, американская и немецкая. И культуры с высоким уровнем контекста (в частности, французская и японская), где значение контекста очень велико и порой скрытый в словах смысл способен менять сказанное на прямо противоположное.

В мире постепенно складывается определенный стандарт деловых контактов, тем не менее существуют заметные различия в степени открытости, в степени самостоятельности, представлении. Последнее обстоятельство имеет серьезное значение для оценки представителей многих организаций из стран с переходной экономикой, со слабо развитыми товарными отношениями.

Итак, участники международного общения придерживаются единых норм и правил, тем не менее, национальные и культурные особенности могут оказаться весьма значительными при деловых отношениях.

Знание национальных особенностей может служить своеобразным путеводителем, ориентиром возможного поведения партнера.

Интересно, что предприниматели различных стран не только ведут переговоры и деловые встречи по-разному, но и по-разному воспринимают друг друга.

Несколько лет назад западноевропейскими социологами был проведен

опрос среди восьми тысяч бизнесменов пяти стран (Германии, Великобритании, Франции, Италии, Испании). Респондентам был предложен вопрос: «Какие из 10 качеств (компетентность; эффективность; чувство юмора; надежность; упорство в работе; предприимчивость; образованность; человечность; способность работать в команде; пунктуальность), и в какой степени присущи руководителям фирм разных стран?». Максимальное количество баллов, которое возможно было получить, составляло +90, минимальное — -40. Результаты опроса представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Различия национальных характеров различных стран.

Качества	Германия	Англия	Франция	Италия	Испания
Компетентность	+80	+20	+40	-10	-35
Эффективность	+90	-5	+30	-10	-35
Чувство юмора	-40	+30	-5	+40	+25
Надежность	+75	+30	+20	-30	-28
Упорство в работе	+70	+4	+35	+12	-6
Предприимчивость	+45	+4	+35	+12	-6
Образование	+60	+20	+45	+5	-15
Человечность	-27	-18	-5	+25	+17
Способность работать в команде	+25	+10	-5	+35	+17
Пунктуальность	+80	+30	+10	-20	-25

Оценки, полученные немецкими социологами, дают представление о различиях национальных характеров и их влиянии на деловые качества бизнесменов разных стран.

Предприниматели из Германии получили самое большое количество баллов: +80 — за компетентность и пунктуальность, +90 — за эффективность, +75 — надежность, +60 — образованность, +70 — упорство в работе и +45 — за предприимчивость. А итальянские бизнесмены получили максимальное количество баллов (+40) за чувство юмора и (+25) за человечность, что тоже немаловажно в деловом мире.

Рассмотрим на примере нескольких стран различия в национальных особенностях при проведения переговоров (таблица 2).

Таблица 2 – Особенности переговорного процесса в различных странах.

Страны	Отношение ко времени	Иерархия, статус и уважение	Вербальная коммуникация	Невербальная коммуникация
Германия	Очень пунктуальны. Прибывают на несколько минут раньше назначенного времени.	Немецкое общество сохраняет уровень социальной формальности, который отражается в бизнес протоколе. Проявляют соответствующего	Говорят, что думают. Ценят открытость, прямые высказывания.	Будьте готовы к крепкому рукопожатию, прямому зрительному контакту как при встрече, так и при прощании. Жестикуляция руками ограничена.

		уважения к людям высокого ранга, проф. Уровня или высшей академической квалификации, Большое кол-во менеджеров имеют ученые звания		
--	--	--	--	--

Продолжение Табл. 2

Япония	Японцы ценят пунктуальность и строгую приверженность расписанию и графикам, они ожидают того же и от своих иностранных партнеров, особенно от потенциальных поставщиков.	В коммерческих сделках покупатель автоматически приобретает более высокий статус, чем продавец, и соответственно покупатель считает, что к нему надо относиться с большим уважением.	Часто используют не прямые, завуалированные высказывания, значения которых являются неоднозначными и скрытыми. Они используют недоговоренности, молчание, уклончивые высказывания, чтобы не обидеть прямыми высказываниями другую сторону. Японцы не доверяют неискренней болтовне.	В качестве приветствия будет легкое рукопожатие. Избегайте прямого и длительного зрительного контакта. За улыбкой может скрываться неодобрение или злость. Язык тела очень сдержан, формален, с немногочисленными жестами. Японская культура - это культура низкого контакта
Америка	Относятся ко времени как к осязаемому имуществу, которое можно экономить,	Чувствуют себя неудобно перед лицом статусных различий. Относительное отсутствие статусных различий отражается в	Американцы высказываются более прямо, чем арабы или представители Восточной и Юго-	Будьте готовы к крепкому рукопожатию и прямому зрительному контакту. Нормальное межличностное расстояние в деловых ситуациях - на

	потерять, найти, инвестировать и погубить.	легкой неформальности. В обращении они быстро переходят на имя даже с теми людьми, с которыми только что познакомились.	Восточной Азии, но не так прямо, как немцы или швейцарцы. Они проявляют подозрительность по отношению к тем, кто предпочитает непрямую, двусмысленную коммуникацию.	расстоянии выпянутой руки. Американские бизнесмены похлопывают друг друга по спине, берут залокоть или за руку, что выражает дружеское отношение.
--	--	---	---	---

Выводы. Международный бизнес — непростое занятие, особенно когда речь идет о совместных предприятиях, длительных деловых переговорах или открытии представительств в других странах. Именно поэтому кросс-культурные коммуникации рассматриваются, как правило, в бизнес-контексте.

Таким образом, знания обычаев, традиций, правил ведения переговоров в различных странах является важной составляющей ведения успешного бизнеса.

Библиографический список

1. Ричард Р. Гестеланд. Кросс - Культурное поведение в бизнесе. Днепропетровск, ООО «Баланс-Клуб», 2003г.
2. <http://www.top-personal.ru/> - Журнал Управление персоналом.
3. <http://www.classs.ru/> - Учебный центр – Корпоративное обучение