

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ЛИЧНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Материалы I Всероссийской
молодежной научной конференции
21–23 октября 2010 г.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТОМСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2011

МУЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ С ИНОСТРАНЦАМИ

Е.Ю. Бабошко

Подчёркивается важность принятия во внимание обычаев деловой этики при ведении межкультурных переговоров. Оценивается значимость применения правил межкультурного общения на практике.

CROSS CULTURAL COMMUNICATION: SOME PECULIARITIES OF NEGOTIATING WITH FOREIGNERS

E.Y. Baboshko

The present research is concentrated on the significance of taking into consideration business ethics customs in cross cultural negotiating. The research estimates the benefits of putting into practice the business ethics rules.

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. Во время организации переговоров с иностранными партнёрами необходимо учитывать некоторые национальные особенности делового общения.

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. Знание национальных особенностей может служить ориентиром поведения партнера по переговорам.

Всю важность освоения и соблюдения правил межкультурных переговоров может проиллюстрировать приведённый ниже пример.

Представьте себе, что на рынке за определенного клиента борются две компании – А и Б. Будем считать, что этот клиент из Ближнего Востока. У обеих фирм примерно одинаковые условия сделки и предложения для этого потенциального клиента. Но, однако, в то время как компания А не понимает всю важность межкультурных переговоров и не рассматривает ее всерьез, аргументируя это тем, что выгодное предложение для клиента и условия сделки говорят сами за себя, компания Б, заранее и тщательно подготовилась к переговорам и освоила суть межкультурных переговоров, изучила культуру, ценности, веру, этикет и то, с каким отношением в данной восточной стране подходят к переговорам и деловым встречам. В девяти случаях из десяти успех окажется на стороне компании Б, т.к.:

1) вероятно, благодаря принципам переговоров, которых придерживается компания Б, она вызовет большее доверия и симпатий, чем конкурирующая компания;

2) они ведут переговоры на таком уровне и «языке» для клиента, которые ему нравятся и которые он ценит.

Межкультурные переговоры – это помощник, который способствует людям из совершенно разных культур приходиться к общему консенсусу и успешно договариваться по тому или иному вопросу. Соблюдение правил приводит к успешному конечному результату, т.к. общение со знанием культуры своего партнера очень сильно влияет на успех переговоров. Специалисты выделяют несколько критериев, учитывающих особенности ведения переговоров в тех или иных странах:

– **Роль взгляда.** В США, Великобритании и в большей части Северной Европы очень важно смотреть клиенту или партнеру прямо в глаза. Взгляд в этом случае дает понять, что вы искренни и уверены в себе, в своих силах. А вот в Южной Америке взгляд имеет несколько другую интерпретацию. Прямой взгляд дает понять человеку, что его партнер кредитоспособен. Однако в некоторых других восточных странах (возьмем, к примеру, Японию), в силу различия культур, прямой контакт глазами не приветствуется. В Японии прямой контакт глазами считается признаком грубости.

– **Расстояние между партнерами.** В Европе и Северной Америке партнеры при переговорах обычно находятся друг от друга на определенном расстоянии. Это правила бизнес-этикета, и для них это совершенно нормально. Рукопожатия, похлопывания по плечу и т.д. приемлемы только для друзей, а с партнерами соблюдается «дистанция». В Южной Америке или на Ближнем Востоке нет такой строгости общения и соблюдения дистанции между двумя деловыми людьми. В Японии или Китае для людей непривычно стоять на расстоянии более 1 м друг от друга и общаться. Здесь люди более открыты, даже когда разговор идет о деле. Обнять или похлопать по плечу может только хороший друг или член семьи.

– **Пунктуальность и время.** За многие столетия сложилось так, что в западных странах люди очень пунктуальны и не любят, когда кто-то опаздывает в указанное место в указанный час. Время – деньги, поэтому очень важно быть пунктуальным. Однако в Китае и Японии люди также пунктуальны, и если кто-либо опаздывает, то это воспринимается как личное оскорбление. Но, например, в Южной Америке, на юге Европы и на Ближнем Востоке люди не так серьезно относятся к пунктуальности. Если, например, заседание назначено в 1:00 пополудни, то если кто-либо из участников опаздывает на несколько минут, то это не считается оскорблением, а, наоборот, это вполне нормально.

– **Приветствие.** В большинстве стран во всем мире люди приветствуют друг друга с помощью рукопожатия. В некоторых странах, в случае если один из партнеров мужчина, а другой женщина, то рукопожатие неуместно. К тому же разные люди по-разному воспринимают силу рукопожатия. Например, некоторые люди считают слабое рукопожатие признаком слабых характеристик, или если кто-либо сильно сжимает руку при рукопожатии, то некоторые люди считают это признаком агрессии. Учитывая правильность обращения к людям, следует выяснить, обращаться к ним по имени, фамилии или, например, по ученой степени? Уместно ли заводить короткую светскую беседу?

– **Подарки.** В Японии и в Китае дарить подарки при деловой встрече считается обычным делом, более того, подарок является частью правил по соблюдению бизнес-этикета. При этом подарки лучше делать не определенному лицу, а всей организации, т.к. местные правила могут запрещать принимать личные подарки. Однако следует заметить, что подарки неприемлемы для бизнесменов из США и Великобритании. Бизнесмен подумает, что подарок несет в себе какой-то скрытый смысл. Если между партнерами считается вполне нормальным дарить подарки,

стоит обязательно учитывать сущность, стоимость, наличие и цвет упаковки предполагаемого подарка.

Существует также три взаимосвязанных аспекта, которые необходимо знать, прежде чем вступать в переговоры с представителями иной культуры:

– **Отношение между деловыми партнёрами.** В большей части Европы и Северной Америки бизнес является определенным договором. Здесь не учитываются никакие личные связи и отношение, т.к. считается, что это может только навредить делу. А в Южной Америке и в большей части азиатского региона бизнес передается по наследству. Деловые люди заключают сделку и становятся партнерами только с теми, кого они хорошо знают. Поэтому прежде чем начинать сделку с потенциальным партнером из Азии или Южной Америки, необходимо стать немного ближе к этому человеку.

– **Структура ведения переговоров.** Деловая культура западных стран устроена так, что они обращают внимание на точно представленную и аргументированную информацию, в которой есть точные данные, статистика, факты. В других странах учитывают эти же аспекты, но уже с помощью других подходов. Например, в Южной Америке предпочитают разговоры с глазу на глаз, поэтому там любят информацию, предоставленную в форме доклада, в котором используются графики, таблицы и т.д.

– **Стиль переговоров.** Это понятие подразумевает то, как в определенной стране или регионе подходят к переговорам. Например, на Ближнем Востоке бизнесмены вместо того, чтобы обсудить все вопросы последовательно, один за другим, могут обсудить все вопросы сразу. Японцы будут согласованно принимать все решения, которые будут основываться на мнении, к которому они пришли все вместе. В Азии обычно решение принимает главный и самый уважаемый человек семьи. В Китае человек ведет переговоры очень искусно и может добиться от вас определенных уступок в свою пользу. В Германии, прежде чем бизнесмен придет к определенному решению, может пройти достаточно много времени, т.к. немцы тщательно и скрупулезно анализируют всю информацию, статистические данные. В Великобритании бизнесмены ставят крайние сроки принятия решений, таким образом, они совершают сделки в период времени, в который, по их прогнозам, должна завершиться сделка.

Существует достаточно много факторов, которые необходимо принимать во внимание, прежде чем вступать в переговоры с представителями совершенно другой культуры и различным подходом к деловым вопросам. Освоение и понимание важности межкультурных переговоров поможет правильно вести переговоры, подготавливать презентации проектов для клиентов и держать ситуацию под контролем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол. М.: Ось-89, 1998.
2. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М.: Инфра-М, 1995.
3. Шалунова М.С., Захарович Н.И. Ведение переговоров и разрешение конфликтов. М.: Альпина бизнес букс, 2008.