

ББК 65.050.2

Шуран І. – ст. гр. БМп – 32

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ З ІНОЗЕМНОЮ СТОРОНОЮ

Науковий керівник: старший викладач Юрик Н. Я.

Щоб ефективно провести ділові переговори потрібно серйозно підготуватися і продумати все до дрібниць, особливо якщо вони з іноземними партнерами.

Ділові переговори з іноземцями — це цікава гра, правила якої залежать багато в чому від того, на чий території вони проходять. У кожній країні прийняті свої ритуали бізнесу і їх незнання може привести до фіаско. Щоб знайти взаєморозуміння з іноземним партнером, потрібно виконати дві умови, з одного боку - ознайомитися з культурою тієї країни, з представниками якої мають відбутися переговори, а з іншого боку, коли виконання першої умови ускладнюється, треба обрати певний стиль спілкування та у загальних рисах спрогнозувати, як сприйматиме вас партнер з іншої країни. Порівнюємо особливості ділового етикету японців та американців.

В Японії кожен з дитинства виховується в складній системі правил етикету. Тому переговори з японцями — це справжнє мистецтво «тілесної дипломатії». Щоб започаткувати відносини з японською компанією, не потрібно надсилати їй письмові пропозиції - вони залишаться без відповіді. Краще за все звернутися до посередника. Всі ділові листи повинні супроводжуватися детальною інформацією про вашу фірму японською мовою. Партнерам будуть необхідні дані про асортимент вашої продукції, історію фірми і навіть прізвища та посади провідних спеціалістів, а також біографія керівника. Не надто радійте, коли японець щохвилини схвально реагує на ваші слова. Це зовсім не означає, що він погоджується з вами. Ніколи не тисніть і не погрожуйте - це далеко не найкращий засіб домогтися від японської сторони поступок. Не вважайте, що справи залагоджено, якщо японець запросить вас у дорогий ресторан. Навіть якщо він не зацікавлений у вашій пропозиції, все одно приділятиме вам багато уваги. Однак наступного дня одразу ж забуде про вас і всі вчорашні витрати спише на збитки виробництва.

У США ви зіштовхнетеся з тим, що будь-яка ділова зустріч досить насичена, має конкретну мету і рідко триває довше години. Американці відразу приступають до справи і відкритого обговорення, щоб постаратися знайти загальні інтереси і виробити стратегію для співробітництва. Потрібно сприймати як належне, якщо представники американської сторони ставлять багато запитань, інколи навіть особистого характеру, звертаючись до вас просто на ім'я, навіть якщо є різниця у віці і статусі, при цьому розмовляючи досить голосно. Ви змушені домогтися довіри опонентів. Для цього необхідно довести, що ваша компанія міцна та стабільна як у фінансових, так і у професійних відносинах. Крім того, важливо показати, що у спільній співпраці - вашу компанію цікавлять не тільки гроші, але й соціальна відповідальність, що тепер вважається основною вимогою в американському бізнесі.

Варто зазначити, що проблеми ділового спілкування із зарубіжними партнерами мають не лише вітчизняні бізнесмени. Не менш гострою вона є також для розвинених країн, зокрема США. Нерідко представники цих країн у діловому спілкуванні не зважають на особливості партнерів і намагаються нав'язати їм свій стиль, свої стереотипи поведінки. Тому перш ніж сісти за стіл переговорів з іноземним партнером варто вивчити культуру, традиції, діловий етикет потенційної країни - партнера.