

4. *Tusche, A., Bode, S., & Haynes, J. D. Neural responses to unattended products predict later consumer choices. The Journal of Neuroscience, 2010/30(23), P. 8024-8031.*
-

Іванова Вікторія Василівна, *магістр 1 курсу*
Козин Лариса Володимирівна, *к.е.н.,*
доцент кафедри міжнародної економіки,
маркетингу і менеджменту,

КЛЮЧОВІ КРОС-КУЛЬТУРНІ ПРОБЛЕМИ ПРОЦЕСУ ПЕРЕГОВОРІВ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Сучасні процеси глобалізації справляють потужний вплив на світову економіку, підвищуючи важливість крос-культурних бізнес-переговорів. Багато компаній, як правило, розглядають можливості здійснення міжнародного бізнесу, щоб розширити свою присутність на ринку, адже світ стає все більш і більш взаємозалежним. Втім, здійснення зовнішньоекономічної діяльності вимагає не лише поглибленої технічної компетентності, а й компетентності у сфері взаємодії з людьми з різних рас, націй і культур.

Крос-культурні відмінності викликають чотири основні види проблем в міжнародних ділових переговорах, а саме: мовні проблеми; проблеми тлумачення невербальної поведінки; відмінності у системі цінностей; розбіжності у способах мислення і процесах прийняття рішень [1].

Порядок появи цих чинників є важливим, адже проблеми, розташовані нижче за списком, є більш серйозними і більш складними для розуміння і вирішення. Так, два учасники переговорів відразу помітять, якщо один говоритиме японською, а інший німецькою мовою. Вирішення цієї проблеми є достатньо простим: найняти перекладача або спілкуватися на відомій обом сторонам мові. Незалежно від способу рішення, проблема є очевидною.

Розуміння невербальної поведінки, натомість, майже завжди приховано на рівні підсвідомості. Вочевидь, протягом перемовин віч-на-віч учасники невербально обмінюються великим обсягом інформації. Майже вся вона сприймається як сигнали для підсвідомості. При цьому, деякі експерти стверджують, що дана інформація є більш важливою, ніж та, що передана вербально. Антрополог Рей Л. Бердуайстелл визначив, що під час розмови словами передається менше 35% повідомлення, а решта 65% передається невербально [2]. Альберт Меграбян, психолог Каліфорнійського університету, також провів аналіз інформації, яка сприймається під час міжособистісного спілкування. За його твердженням:

- 7% інформації людина сприймає з почутих слів;
- 38% - одержує з паралінгвістичних каналів, тобто тональності, темпу, гучності голосу, а також інших особливостей мови;
- 55% - з міміки співрозмовника [3].

При цьому, якщо невербальні сигнали від зарубіжних партнерів сприймаються невірно, переговорники більш схильні перекручувати вербальну інформацію, навіть не усвідомлюючи своєї помилки. Отже, якщо французький клієнт постійно перебиває і перепитує, американець, як правило, почуватиметься некомфортно і почне дратуватися, не даючи собі звіт, чому саме так відбувається. Таким чином, міжособистісні непорозуміння часто змінюють «колір» ділових відносин, втім

відбувається це непомітно, а отже й не піддається корегуванню. Відмінності в цінностях, способах мислення і прийняття рішень приховані ще глибше, і тому ще важче діагностуються.

Стикаючись із складними завданнями під час перемовин, більшість західних бізнесменів схильні ділити велику задачу на кілька більш дрібних завдань. Такі питання, як ціна, доставка, гарантія, і контракти на обслуговування можуть первинно бути одним питанням, втім у остаточному документі відобразитися як набір менших за обсягом угод. Проте, в Азії застосовується інший підхід - всі аспекти обговорюються разом, без очевидної послідовності, а висновки робляться одразу з усіх питань, наприкінці обговорення. Зрозуміло, що здійснити результативні перемовини при зіткненні таких підходів буде справою нелегкою.

Американські менеджери часто скаржаться на проблематичність в оцінці прогресу переговорів, особливо в азійських країнах. Відомий випадок, коли керуюча американський універмагом поїхала до Японії, щоби придбати шість лінійок споживчих товарів для своєї мережі. Вона поскаржилася, що переговори щодо першого продукту зайняли цілий тиждень, тоді як у США завершилися би впродовж кількох годин. За її підрахунками, із такими темпами візит до Японії мав тривати понад шість тижнів, і менеджер вже була готова погодитися на вищі ціни, щоб прискорити процес. Але перш, ніж вона зробила таку поступку, японці домовилися про п'ять інших продуктах всього за три дні.

Ця ситуація відображає значно більше, ніж просто різницю в стилі прийняття рішень. Для американців бізнес-переговорів є способом вирішення проблеми, а кращим результатом для обох сторін є прийняте рішення. Для японського бізнесмена, натомість, ділові переговори є можливістю розвитку ділових відносин задля довгострокової взаємної вигоди. Економічні проблеми є лише контекстом, а не змістом переговорів. Таким чином, вирішення одного питання, насправді, є не таким вже й важливим. Ці «деталі» будуть швидко залагоджені після встановлення позитивних, гармонійних ділових відносин.

Беручи до уваги всі можливі проблеми крос-культурних переговорів, викликає подив, що міжнародний бізнес взагалі може здійснюватися. Вочевидь, не дивлячись на потенційні проблеми, його стимулюють економічні імперативи глобальної торгівлі. Втім, розуміння культурних відмінностей може привести до ще більш ефективного міжнародного бізнесу, перетворивши його з простих комерційних угод, на креативні, високорентабельні ділові відносини, які й є реальною метою міжнародних ділових переговорів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. John L. Graham, *Cross-Cultural Sales Negotiations: A Multilevel Analysis, dissertation University of California, Berkeley, 1980.*

Семчишин Сергій Віталійович, *магістр 1 курсу,*
Купчак Володимир Романович, *д.е.н., доцент*
доцент кафедри обліку та фінансів,

КОНКУРЕНТНА ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СИТУАЦІЇ НА РИНКУ

Сьогодні конкуренції належить провідна роль у процесі інноваційного розвитку економіки. Починаючи з робіт класиків економіки саме конкуренції відводилася