





Основные принципы организации деловых контактов



ВЫПОЛНИЛ
СТРУКОВ ЯРОСЛАВ





План

- Определение
 - Особенности представителей
 - Заключение
- 



Деловой контакт

- Это установление отношений с целью организации совместной деятельности
- 

- 
- 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, поэтому стоит учитывать 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

Французские коллеги

- Готовясь к переговорам с французскими коллегами, надо помнить, что Франция – одна из старейших наций на европейском континенте. Долгое время французский язык был языком дипломатического общения. Французская система образования ориентирована на воспитание независимых и критически настроенных граждан. Французы скорее галантны, чем вежливы, скептически и расчетливы, хитроумны и находчивы. Они никогда не желают рисковать. Переговоры ведут жестко, дают своей конфронтацией, поэтому переговоры лучше проводить исключительно корректно, сдержанно.



Представители Китая

- Во время деловых переговоров с представителями Китая надо иметь в виду, что китайские участники очень внимательны к сбору информации относительно предмета обсуждения, и к партнерам по переговорам. В китайской делегации много экспертов. Специфика переговоров с китайской делегацией заключается в следующем:
 - - гостеприимство;
 - - стремление склонить партнера к принципам, благоприятным для китайской стороны;
 - - терпение;
 - - отсутствие всяких эмоций, подчеркнутое внимание ко всем участникам переговоров, а не только к руководителям;
 - - китайцы ведут переговоры, четко разграничивая отдельные этапы: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап переговоров;
 - - большое внимание они уделяют внешнему виду партнеров, манере их поведения, отношениям внутри делегации;
 - - важное значение китайцы придают налаживанию неформальных, личных отношений с партнерами;
 - - подарки лучше делать не определенному лицу, а всей организации, т.к. местные правила могут запрещать принимать личные подарки.

Японские представители

- При общении с **японскими коллегами** можно отметить особенности их национального характера: трудолюбие, сильно развитое эстетическое чувство, приверженность традициям, дисциплинированность, преданность авторитету, чувство долга, вежливость, аккуратность, самообладание, бережливость, любознательность, стремление к согласованным действиям в группе.
- При переговорах с японцами:
 - неприемлемо никакое давление;
 - необходимо избегать физического контакта – рукопожатие нежелательно; – важнейшим элементом правил хорошего тона являются поклоны;
 - при представлении вручаются визитные карточки. Получать их надо обеими руками, в знак уважения их необходимо прочитать; – во время первой деловой встречи принято обмениваться письменными материалами о своих фирмах: профиль фирмы, основные данные о ней, биография главы фирмы, ассортимент выпускаемой продукции; – желательно представить дополнительную информацию об отличительных особенностях вашей продукции по сравнению с продукцией конкурентов;
 - с самого начала переговоров, после представления и обмена визитными карточками, надо подать чай;
 - во время переговоров с японцами нельзя произносить твердое “нет”. Надо отвечать более уклончиво: “Мы подумаем над вашим предложением”; – японцы редко допускают к бизнесу женщин и никогда не допускают их к переговорам. Они также относятся с недоверием к присутствию на переговорах женщин с нашей стороны.
 - старайтесь не дарить цветов, т.к. для японцев они символичны. Подобрать правильно цветы для японской делегации без знания специфики страны и вкуса очень сложно;
 - не распаковывайте сувениры, которые они вам дарят, а если, в свою очередь, вы дарите японцам сувениры, то они не должны быть дорогими.



Коллеги из США

- Американская культура сравнительно молода, но американцы внесли значительный элемент демократизма и прагматизма в практику делового общения:
 - - с раннего детства американцы надеются только на себя;
 - - они самостоятельны и независимы;
 - - американцы прямые люди, ценят в людях честность и откровенность, быстро переходят к сути разговора и не тратят время на формальности;
 - - в США разработана целая теория ведения переговоров. У них существует специально созданная должность "конфликтолог", который всегда присутствует на переговорах;
 - - американцы берегут время и ценят пунктуальность;
 - - они пользуются ежедневниками и живут по расписанию;
 - - в деловом общении американцы энергичны, настроены на интенсивную работу. Этому способствует вся система образования и воспитания, существующая в США. Со школьной скамьи в детях поощряется напористость, умение ставить и добиваться цели, жестко отстаивать интересы представляемых ими коллективов;
 - - представители США обладают сильной позицией на переговорах, и это сказывается на технологии их ведения. Американская делегация всегда отличается жестким прессингом, настойчиво пытается реализовать свои цели;
 - - в США отмечают три подхода к переговорам: мягкий, жесткий, принципиальный;
 - - американцы отличаются прекрасным знанием конъюнктуры рынка, его фирменной структуры и положения на нем контрагента;
 - - деловой прием в США – обычная вещь. Но деловые приемы у них гораздо короче. По его окончании участники могут вернуться на рабочее место и продолжить переговоры.

Арабские представители

- Для представителей арабских стран одним из важнейших элементов на переговорах является установление доверия между партнерами. Большое значение в арабском мире имеют исламские традиции. В мусульманском мире иностранец не может обращаться с вопросами или просьбами к женщине, это считается неприличным. Все контакты и обсуждения ведутся с мужчинами.
- Особенности делового общения:
 - - арабы предпочитают предварительную проработку деталей обсуждаемых на переговорах вопросов;
 - - арабское понимание этикета запрещает собеседнику прибегать к прямолинейным ответам, быть категоричным, арабы во время беседы избегают суетливости и поспешности;
 - - арабские предприниматели выражают отказ в максимально смягченном, завуалированном виде.

Русский стиль



- На формирование российского стиля делового общения оказали влияние два фактора: советские нормы, правила, ценностные ориентации и черты русского национального характера.
- Советские участники переговоров оценивались многими зарубежными партнерами как высокопрофессиональные специалисты. Отмечалось хорошее знание предмета переговоров. Большое внимание уделялось выполнению принятых обязательств.
- Стиль переговоров многих российских предпринимателей говорит о недостатке опыта делового общения. Обсуждая вопросы, отечественные участники переговоров обращают большее внимание на общие цели и мало уделяют внимания – как это можно сделать. Еще одно, в чем мы уступаем иностранным партнерам – это в умении “торговаться”. Русские всегда переплачивают, т.к. не знают реальных цен. Иностранцы это отлично знают и используют.
- К недостаткам российских бизнесменов можно отнести:
 - - слабое знание иностранных языков;
 - - общая скованность во время переговоров;
 - - недостаток знания собственной истории и ее взаимосвязи с мировой историей, недостаток знания географии;
 - - низкий общий уровень культуры, отсутствие культуры дискуссий;
 - - незнание риторики;
 - - неумение воспринимать проблему глазами партнера;
 - - на переговорах объективная информация подменяется субъективными взглядами

Заключение

- Ознакомившись с национальными особенностями ведения переговоров с представителями зарубежных фирм, можно избежать оплошностей и провести переговоры на достойном уровне. Переговоры считаются успешными, если обе стороны высоко оценивают их результаты.