

Столяренко О. Б.

*кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної роботи, психології
та соціокультурної діяльності імені Т. Сосновської,
Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти
«Кам'янець-Подільський державний інститут»*

ПСИХОЛОГІЧНА КУЛЬТУРА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ З ІНОЗЕМНИМИ ПАРТНЕРАМИ

Психологічна культура ділового спілкування – це не лише знання психологічних особливостей особистості співрозмовників, а також і вміння застосовувати ці знання у ділових взаєминах. Високий рівень культури ділового спілкування допоможе створити благоприємний психологічний клімат ділової розмови, скласти позитивне враження про себе, розпізнати характер партнера і виважено його вислухати, поставити коректне запитання і загалом прийти до безконфліктного спілкування зі співрозмовником [4, с. 214].

У наш час, унаслідок вступу економіки України в міжнародний «ринковий простір», суттєво збільшилась кількість ділових контактів з іноземними партнерами. Зрозуміло, що ділові контакти передбачають насамперед особисті контакти і можуть бути повноцінним лише за наявності міцних знань основних правил, етичних норм і традицій ділових стосунків, що базуються на дипломатичному протоколі, а також на міжкультурних особливостях процесу ділових переговорів.

Слід зазначити, що в умовах міжособистісних взаємин з іноземними партнерами поведінка ділової людини як у вербальній, так і в невербальній складовій часто обумовлюється лише власною інтуїцією. Не маючи належного досвіду проведення міжнародних переговорів, сторони, зазвичай, упевнені в прийнятності власного національного стилю поведінки і дотримуються його, не враховуючи, що культурний менталітет партнера є зовсім іншим.

Щоб усунути можливі проблеми під час міжкультурної комунікації, Т. Гриценко [4, с. 296] радить скористатися методом, який дозволить передбачити хід переговорів, усунути можливі конфлікти або ж визначити стратегічні шляхи виходу з них. За цим методом, стиль поведінки партнерів на переговорах залежить від двох основних факторів: який кінцевий результат передбачає кожна сторона і як поведуться партнери під час ділової комунікації.

За першим фактором (кінцевий результат переговорів) стиль проведення міжнародних ділових переговорів Ю. Палеха [7, с. 194] подає у двох видах: тих, що ґрунтуються «на чітких положеннях», і тих, що ґрунтуються «на інтересах».

На думку В. Андрущенко [1, с. 62], переговори, що базуються «на чітких положеннях», будуються за принципом «виграш – програш». Тобто, чим більшої вигоди хоче отримати одна сторона, тим більше повинна поступитися інша. Тут слід передбачити, що обидві сторони прагнутимуть до реалізації власної мети і намагатимуться максимально збільшити свої переваги. Основний наголос при цьому партнери роблять на просуванні і захисті певної, хай і незначної вимоги. Будь-які поступки компенсуються лише за рахунок отримання вигоди. Для виправдання своєї вимоги партнери, як правило, посилаються на об'єктивні причини. У процесі переговорів такого виду ділові партнери можуть використовувати різноманітні тактичні дії: тиск на співрозмовника, драматичні прийоми, затягування переговорів, неоголошені раптові зміни у порядку денному, передчасний вихід з переговорів, виведення партнера з емоційної рівноваги.

Як вважає Л. Руденко [6, с. 46], переговори, що базуються «на чітких положеннях», обмежуються укладанням лише однієї вигідної угоди за один раз. Якщо в результаті переговорів укладається контракт, наприклад, на поставку товарів, то він складається точно, чітко і розписується до найдрібніших деталей. Ділові переговори такого типу переважають на ринках Близького Сходу чи Латинської Америки.

З точки зору М. Бутко [2, с. 79], переговори, що ґрунтуються «на інтересах», є зовсім іншим підходом у ділових взаєминах і передбачають досягнення взаємовигідної угоди, яка матиме довгостроковий характер. Метою переговорів такого виду є принцип «виграш – виграш», забезпечення взаєморозуміння і довіри між партнерами, встановлення чітких і об'єктивних норм честі.

Н. Бойцун [3, с. 126] зазначає, що така атмосфера ділових перемовин сприяє відкритості та вільному обміну інформацією між партнерами, орієнтує на повагу один до одного, взаємодопомогу, розуміння потреб, труднощів і прагнень кожної сторони. Під час таких переговорів створюється сприятлива атмосфера для обміну технічними нововведеннями і досягненнями у певній галузі, висвітлюються економічні результати діяльності фірми, розглядається готовність негайно здійснити необхідні платежі. Якщо в результаті переговорів підписується контракт, то він є гнучким і здатним пристосовуватися до можливих змін ринку. Прикладом проведення переговорів, що ґрунтуються «на інтересі», є ділові стосунки між японськими фірмами.

Говорячи про другий фактор (поведінка партнерів у комунікативному процесі) стиль проведення ділових переговорів Н. Стукало [3, с. 22] також подає у двох видах: взаємини, де основою є «глибокий зміст», і взаємини з основою «глибокого контексту».

Спілкування «з глибоким змістом» характеризується незначною увагою до слів, інформації, ідеї, тобто до зовнішньої, формальної сторони процесу. Основний наголос ставиться на зміст спілкування, якому надається першорядне значення. Стиль такого спілкування об'єктивний, чіткий та зрозумілий, суттєве значення надається точності та дослівній інтерпретації. Цей стиль М. Колісник [5, с. 69] характеризує як «лівосторонньо-мозковий», вважаючи що він притаманний активним та говірким особистостям, які переважно прагнуть мати справу з проблемами, що вирішуються логічним шляхом.

На переговорах «із глибоким змістом» сторони використовують документи, попередні письмові угоди, чітко визначають терміни. За таких умов партнери скоріше зроблять висновки, ніж вироблять нові ідеї, скоріше покращать існуючий процес чи продукт, ніж винайдуть щось нове. Цьому стилю спілкування віддають перевагу партнери зі Сполучених Штатів Америки і північноєвропейських країн.

З досвіду Т. Гриценко [4, с. 192], взаємини на переговорах, що ґрунтуються на «глибокому контексті», першочергово враховують такі фактори, як взаємозв'язок, місце, час, установка і почуття. У даних умовах мета спілкування полягає в тому, щоб точно «прочитати» характер свого партнера й діагностувати його подальшу поведінку.

Партнери, які використовують цей стиль, частіше орієнтуються на те, що і як було сказано під час розмови. Такий стиль спілкування можна охарактеризувати як «правосторонньо-мозковий», де партнери використовують натяки, репліки неоднозначного характеру, завуальовані пропозиції. При цьому більшість проблем співрозмовники вирішують інтуїтивним шляхом.

Ю. Палеха [7, с. 302] вказує, що ділові партнери, які мають змогу використовувати кожний із перерахованих стилів, досить легко вирішують проблеми, що виникають у процесі їх взаємин. Протиріччя і конфлікти можуть з'являтися між партнерами, стилі поведінки яких, внаслідок вимог та установок їх культурних традицій, є різко протилежними. Так, до прикладу, орієнтовані на угоду іспанці будуть вважати орієнтованих на взаємини китайців незрозумілими, а ті, в свою чергу, своїх партнерів напористими і агресивними. На думку слов'ян, німці, майже у кожного з яких є чіткий план переговорів, важкі у перемовинах, бо занадто багато часу приділяють плануванню своїх зустрічей.

Т. Гриценко [4, с. 284] зауважує, що недостатня досвідченість українських бізнесменів призводить до того, що під час переговорів вони часто не готові до будь-яких несподіванок. Потрібно знати, що німці більше часу виділяють плануванню своїх зустрічей, майже у кожного є приблизний план переговорів, що передбачає можливі відхилення та можливі наслідки і результати. Інтереси ж турецьких бізнесменів, навіть після пояснення, залишаються незрозумілими і в результаті виникають суперечності. Вони не досить гнучкі, але це не означає, що турецька сторона не бажає зрозуміти іншу точку зору. Американці часто надзвичайно непохитні у своїх позиціях і не беруть до уваги інтереси представників другої держави, піклуючись лише про власні.

Отже, кожен, хто проводить переговори на міжнародному рівні, повинен не лише знати про проблеми, які виникають при неспівпадінні різних стилів міжкультурних комунікацій, але й передбачити їх і бути здатним їх вирішити, тим самим створюючи передумови для справжнього взаєморозуміння у ділових взаєминах.

Список використаних джерел:

1. Андрущенко В. Л. Фінансова думка Заходу в ХХ столітті (теоретична концептуалізація і наукова проблематика державних фінансів). Львів : Каменярь. 2000. 303 с.
2. Бутко М. П. Економічна психологія. Навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2016. 232 с.
3. Бойцун Н.Є., Стукало Н.В. Міжнародні фінанси: Навч. посіб. 2-ге вид. Київ : ВД „Професіонал», 2011. 262 с.
4. Гриценко Т.В. Етика ділового спілкування. Навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2007. 344 с.
5. Колісник М.К., Масляк О.О., Романів Є.М. Фінансовий ринок: Навч. посіб. Львів : Видавництво університету „Львівська політехніка», 2014. 311 с.
6. Руденко Л.В. Міжнародні кредитно-розрахункові і валютні операції: Підручник. Київ : ЦНЛ, 2003. 442 с.
7. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин. Навч. посіб. Київ : «Кондор», 2007. 359 с.
8. Психологія фінансів / автор-укладач М. М. Тріпак. Навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський : ТНЕУ, 2018. 296 с.