

Одним из важнейших аспектов кросс-культурных коммуникаций является умение вести эффективные переговоры. Понимание культурных ценностей и норм поведения собеседника позволяет достичь взаимопонимания и доверия, что способствует успешному и продуктивному заключению сделок. Правильный выбор времени и места для переговоров, адаптация стиля коммуникации и учет обычаев и ритуалов другой культуры – все это является ключевыми факторами успеха в межкультурных коммуникациях [2].

Кросс-культурные коммуникации также играют важную роль в международном маркетинге. Рекламные кампании и стратегии должны быть адаптированы к особенностям различных культурных контекстов, чтобы привлечь внимание и заинтересовать целевую аудиторию. Успешные международные компании учитывают не только языковые особенности, но и культурные предпочтения и стереотипы потребителей, чтобы создать эффективные маркетинговые кампании. Неправильное понимание или неверное интерпретирование информации может привести к потере контрактов, ухудшению деловой репутации и упущению возможностей для расширения бизнеса. В то же время эффективные кросс-культурные коммуникации способствуют установлению долгосрочных партнерских отношений, созданию конкурентных преимуществ и развитию интернациональных бизнес-сетей [3].

Для успешного ведения кросс-культурных коммуникаций организации могут применять различные подходы, включая командировки высококвалифицированных сотрудников в страны-партнеры, обучение персонала межкультурным навыкам и использование специализированных консультационных услуг. Вклад в развитие кросс-культурных коммуникаций также может быть сделан на государственном уровне путем создания сети международных образовательных программ и поддержки исследований в области межкультурной коммуникации.

В заключение отметим, что кросс-культурные коммуникации в экономике и бизнесе играют важную роль на современном международном рынке. Организации, которые способны эффективно адаптироваться к разнообразным культурным контекстам, могут достичь конкурентных преимуществ и успеха на глобальной арене. Поэтому разработка и применение стратегий кросс-культурных коммуникаций становится неотъемлемым элементом ведения бизнеса в современном мире.

Список использованных источников

1. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации / О. Ю. Голуб. – М. : Дашков и К, 2011. – 388 с.
2. Гришаева, Л. И. Специфика деятельности коммуникантов в межкультурной среде / Л. И. Гришаева. – Воронеж : Науч. книга, 2009. – 262 с.
3. Калинина, Е. Г. Кросс-культурные коммуникации: свежий взгляд / Е. Г. Калинина // Вестн. УГТУ-УПИ. – 2015. – № 9. – С. 125–129.

И. С. Сидорчук

магистр экономики, старший преподаватель

К. В. Шумихина

магистр образования, преподаватель

БГЭУ (Минск)

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС-ИНСТРУМЕНТ

Сегодня необходимо признать, что мир вступил в фазу, когда страны стали космополитичными, экономики – глобальными, а отношения в бизнесе – плюрилатеральными. Это создает для участников бизнес-коммуникации как новые возможности, так и новые вызовы.

Одним из таких противоречивых явлений являются межкультурные различия. Так, многонациональный характер рабочей силы позволяет компаниям более полно соответствовать имиджу глобальной или транснациональной организации. Межкультурные различия умело используются маркетологами для таргетированного продвижения продукции и создания креативного рекламного контента, который позволяет успешно завоевывать новые

рынки и получать хороший прирост прибыли. Компании, не связанные с бизнесом напрямую, успешно продают курсы, тренинги и образовательные программы по приобретению коммуникативных, управленческих и других компетенций в сфере межкультурного бизнеса. Таким образом, можно утверждать, что межкультурные различия приводят к неизбежному личностному и профессиональному росту как среди менеджеров, так и среди сотрудников. Подобной идеи о том, что культурные различия могут стать преимуществом в бизнесе, придерживаются в своем исследовании представители Академии международного бизнеса (AIB) Carl F. Fey и Н. Emre Yildiz [1].

Вместе с этим опыт многих компаний показывает, что отсутствие правильного подхода к коммуникации может снизить эффективность многих процессов и привести к ряду нежелательных эффектов, таких как: провал рекламной кампании, потеря нового рынка (опыт американской компании Mattel по продвижению куклы Барби в Саудовской Аравии); срыв переговоров и отсутствие взаимопонимания (опыт переговоров между Россией и Великобританией по вопросам экологии, когда импульсивность и эмоциональность российских спикеров показала проявлением агрессии, а сдержанность британцев – признаком безучастия и равнодушия к обсуждаемым проблемам) [2]; возникновение конфликтов в коллективе, снижение продуктивности сотрудников, проблемы управления, субординации и делегирования [3].

Исследователи выявили основные характеристики и понятия, которые помогут сформировать правильный подход к коммуникации в мультикультурной среде, умение работать и вести бизнес в ней.

1. Cultural discordance / gap – различия представителей культур в восприятии того или иного явления/понятия (в бизнес-среде это, например, сбор и оценка информации; отношение к власти и работе в команде; корпоративные ценности; кратко/долгосрочность целей, способ принятия решений и др.).

2. Intercultural sensitivity / cultural awareness (Milton Bennett) – термин, обозначающий понимание и принятие того факта, что культуры различаются, но не подразумевающий никаких оценочных суждений о конкретной культуре.

3. Cultural receptiveness / receptivity – способность уважительно взаимодействовать с представителями другой культуры; понятие делает акцент на готовности принимать отличия других людей, открытость для взаимодействия.

4. Cultural convergence – термин, который подчеркивает тот факт, что влияние культур друг на друга неизбежно, что может приводить к их сближению и ассимиляции; однако в бизнесе это менее всего ощутимо.

5. Authentic flexibility (Erin Meyer) – термин, которым автор описывает стиль управления, необходимый в межкультурной среде. «Аутентичность» означает культурный бэкграунд менеджера, который естественным образом определяет его поведение. «Гибкость» означает умение ситуативно реагировать на другую культуру, адаптировать свое поведение с учетом культурных различий.

Подводя итог, следует отметить, что в бизнесе навыки межкультурного общения должны стать неотъемлемой частью профессионального образования и критерием оценки профпригодности современного менеджера и специалиста.

Список использованных источников

1. Fey, C. F. On the Symmetry and Discordance of Cultural Distance in Cross-border M&As: A Two-Country Study / C. F. Fey, Н. E. Yildiz // *Journal of International Business Studies*. – 2016. – Vol. 47, № 7. – P. 830–857.
2. Бергельсон, М. Игра на чужом поле [Электронный ресурс] / М. Бергельсон // *Большие идеи*. – Режим доступа: <https://big-i.ru>. – Дата доступа: 15.03.2024.
3. Meyer, E. *The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business* / E. Meyer. – Public Affairs, 2014. – 190 p.