

2. Маслов, А. А. Китай и китайцы. О чем молчат путеводители / А. А. Маслов. – М. : РИ-ПОЛ классик, 2013. – 288 с. – URL: https://royallib.com/book/maslov_aleksey/kitay_i_kitaytsi_o_chem_molchat_putevoditeli.html (дата доступа: 17.02.2025).

3. Шогенова, Л. А. Особенности социальной коммуникации и этикета в китайской культуре: традиционные основы и современность / Л. А. Шогенова // Обсерватория культуры. 2018. – Т. 15. – № 4. – С. 460–467.

И. В. Радина,
ст. преподаватель кафедры ПОАР,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: irina_radina@mail.ru

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

На современном этапе развития общества процессы глобализации продолжают предопределять принципы работы международных компаний и локальных предприятий. Данная тенденция оказывает существенное влияние на взаимодействие профессионалов деловой сферы общения, что, в свою очередь, многократно увеличивает потребность в повышении эффективности межкультурной коммуникации.

С целью усовершенствования качества межкультурного общения в деловой сфере, представляется целесообразным рассмотреть наиболее значимые тенденции межкультурного взаимодействия, а также направления потенциального развития данной сферы общения. Рассмотрим более подробно основные направления, которые включают: интеграцию технологий, внедрение инклюзивной среды, адаптацию к виртуальным средам.

Интеграция технологий предусматривает доминирование межкультурного делового общения посредством инновационных инструментов и онлайн платформ (Google Meet, Zoom, Mind Meeting и др.), необходимых для преодоления географических барьеров коммуникации и установления более эффективных, международных связей в процессе ведения переговоров с деловыми партнерами из других стран. Виртуальные коммуникационные платформы, дополненная реальность и возможности перевода на основе искусственного интеллекта оказывают существенное влияние на межкультурное взаимодействие, делая деловое общение с разнообразной аудиторией по всему миру проще и эффективнее [1].

Участники международных бизнес-коммуникаций осознают важность кросс-культурного разнообразия и создания инклюзивной среды. Межкультурное деловое общение базируется на осознании и принятии культурных различий коммуникантов, поощрении кросс-культурной эмпатии и создании комфортных условий для каждого коммуниканта. Принимая во внимание особенности межкультурного разнообразия делового общения, представляется возможным раскрыть весь потенциал взаимодействия международных партнеров и стимулировать потенциальную деловую активность различных географических регионов [1].

Переход значительного количества международных компаний к удаленной работе побудил организаторов межкультурного сотрудничества адаптировать стратегии делового общения к виртуальным средам. Содействие межкультурному взаимодействию в виртуальных условиях требует уникальных подходов и методов для обеспечения вовлеченности всех коммуникантов, с целью установления эффективного сотрудничества. Это предполагает организацию мероприятий по формированию виртуальных команд, а также обучение цифровой компетентности онлайн и другие способы создания связей и улучшения взаимопонимания коммуникантов [2].

Таким образом, будущее межкультурного общения базируется на использовании технологий и развитии межкультурной компетентности, высокий уровень которой помогает эффективно нивелировать особенности межкультурного разнообразия, негативно сказывающиеся на качестве межкультурного делового общения.

Список использованных источников

1. The evolution of cross-cultural facilitation: trends and future directions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://natsuyolipschutz.us/the-evolution-of-cross-cultural-facilitation-trends-and-future-directions>. – Дата доступа: 12.03.25.
2. Мясоедов, С. П. Основы кросс-культурного менеджмента. Как вести бизнес с представителями других стран и культур / С. П. Мясоедов. – М., 2003. – 344 с.

О. В. Рыжанкова,
канд. экон. наук, доцент,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: oxi.ruzankova@gmail.com

О ПОДХОДАХ К ИССЛЕДОВАНИЮ ДИНАМИЧЕСКОЙ СОБЫТИЙНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Поведение человека в международном бизнесе есть порождение его потребности в реализации своего потенциала предпринимательским образом. Не удивительно, что отношение экономистов к такому деловому поведению вплоть до последнего времени проявлялось лишь со стороны «Человека экономического» - вполне известной модели Адама Смита.

Однако, необходимость учета факторов человеческого поведения в настоящее время диктуют четыре тенденции в обществе: коммуникация, кооперация, креативность и критическое мышление. В этом контексте все более обращают на себя внимание обобщения в виде мультидисциплинарного (междисциплинарного) подхода, благодаря которому удастся найти ранее не обнаруженное и совершенно новое, что не представлялось возможным в рамках исследуемых предметных областей.

Более того, масштабирование исследуемого пространств уже породило мультидисциплинарность как подход в виде создания экспертных групп, когда для решения отдельно взятых проблем стал требоваться учет множества факторов, являющихся предметами исследования других дисциплин.

В ходе сопоставления различных точек зрения, к слову «дисциплинарный» стали добавляться приставки «поли» и даже «транс» как следствие расширения возможностей приближения к полноте знаний о динамической событийности поведения человека и в международном бизнесе, и в других сферах жизни. Взаимодействие подходов из различных дисциплин диктует, по сути, закономерность человеческого познания охватить все части целого для сохранения его целым, тем более, что исследователь и сам остается тем человеком, за изучение поведения которого берется.

В этом контексте каковым в нынешней реальности оказывается субъект международного бизнеса – все более предстает многогранной задачей. Сколь бы экономическими не были причины, обеспечение выгоды в бизнесе требует проникновения в особенности не только хозяйственной деятельности, но и в культурные особенности поведения участников, ибо их не в состоянии нивелировать даже и общие экономические интересы. Более того, на деле все чаще оказывается, что значимость обретают именно коммуникативные факторы и культурное своеобразие вплоть до речевых характеристик ведения переговоров: сам стиль общения, поведение партнеров сделки, акценты речи и даже специфическое интонирование фраз во многом в состоянии определить ход деловых встреч и заметно повлиять на принятие партнерами окончательных решений.

В этих условиях экономическо-психологический подход и знания деловых культур – уже являют собой факторы конкурентоспособности, как комбинированный ресурс, способный удерживать социальные связи и формировать потенциал ведения бизнеса вплоть до международного. Если еще обратить внимание на воздействие невербальной коммуникации, то оценка эффективности деловых встреч и вовсе превысит итоги экономических расчетов и предстанет объемной задачей изучения культурного своеобразия представителей сторон сделки.