

В энциклопедии США «The Encyclopedia Americana» бизнес-карьера определяется как: «...финансовая, коммерческая или торговая деятельность, которая характеризуется вложениями капитала в поисках прибыли или усовершенствований». Одним из основополагающих понятий бизнеса является конкуренция, которая считается его наиболее яркой отличительной особенностью. Конкурентная борьба в бизнесе позитивна для потребителей: рост разнообразия товаров и услуг, снижение цен, повышение качества продукции и т.п. Кроме того, интенсивная конкуренция стимулирует внедрение инноваций, проникновение на новые рынки и также производит естественный отбор. Пол Хейне, автор известного бестселлера "Экономический образ мышления", сравнивает бизнес с многополосной автомобильной дорогой.

Основным принципиальным критерием для определения статуса бизнесмена, выступает одновременное сочетание права собственности и факта управления своим предприятием. Только тех, кто вкладывает свои средства и имущество в бизнес, одновременно принимая на себя ответственность за его развитие, можно считать настоящими бизнесменами. Человек бизнеса обладает достаточно уникальными сплавами установок, способов восприятия и принятия решений, действий и навыков, которые формируются на определенных стадиях жизни в бизнесе, видоизменяются вместе с изменением и развитием самого бизнеса.

Для любого бизнесмена деловые переговоры – важнейшая часть его работы, поэтому желательно, чтобы они проходили как можно более результативно. Идентификация себя с партнером – важнейшее условие успеха. Никогда не надо забывать главную заповедь: нужно не доказывать, не переубеждать партнера и не пытаться его переломить. Необходимо просто понять его. В деловом мире попадаются бизнесмены разного типа. И далеко не все настроены на проведение честных и взаимовыгодных переговоров. Психолог В.П. Шейнов в своей книге «Скрытое управление человеком» дает характеристику невербальных средств общения, на которые следует обратить внимание деловому человеку.

Подводя черту под всем вышесказанным, хотелось бы сказать, что ведение бизнеса – это достаточно серьезная сфера человеческой деятельности. Успех компании и ведения дел, в первую очередь, зависит от руководителя, от его предпринимательских способностей, умения вести переговоры, добиваться своих целей, конкурировать и выигрывать, сочетать в себе деловую хватку и стремление к всеобщему благополучию.

*К.С. Каблучко
Филиал БГЭУ (Бобруйск)*

НЕВЕРБАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ

Вследствие мощного всемирного процесса объединения и усиления экономических связей происходит рост рынков экспорта и импорта, многие компании становятся многонациональными. Поэтому навыки делового общения

играют важную роль для достижения делового успеха, который определяется знанием и соблюдением особенностей культуры, традиций и норм поведения зарубежных партнеров.

Особое значение имеет невербальное общение, которое включает в себя все формы самовыражения человека. Психологи считают, что чтение невербальных сигналов является важнейшим условием эффективного общения.

Невербальные сигналы очень важны в общении. Почему? Во-первых, учеными доказано, что около 70 % информации человек воспринимает именно по зрительному (визуальному) каналу. Во-вторых, наше отношение к собеседнику нередко формируется под влиянием первого впечатления, а оно, в свою очередь, является результатом воздействия невербальных факторов – походки, выражения лица, взгляда, манеры держаться, стиля одежды и т. д. И наконец, в-третьих, невербальные сигналы позволяют понять истинные чувства и мысли собеседника. Общеизвестно, что невербальное общение включает в себя пять подсистем: пространственную, взгляд, оптико-кинетическую, паралингвистическую, экстралингвистическую. Для эффективного межкультурного общения их нужно знать и учитывать, так как они несут максимум информации о собеседнике.

Различные народы по-разному используют и взгляд в общении. Этнопсихологи условно разделили человеческие цивилизации на «контактные» и «неконтактные». В «контактных» культурах взгляд при разговоре и общении имеет огромное значение, впрочем, как и близкое расстояние между собеседниками. К таким культурам относятся арабы, латиноамериканцы, народы юга Европы. Ко второй группе, условно «неконтактных», относятся японцы, североευропейцы, индийцы и пакистанцы.

Большую роль играет одежда человека. Одежда человека (ее цвет и стиль) может быть одним из способов невербального общения, поскольку передает информацию об уровне благосостояния, статусе и настроении ее владельца. Одежда должна быть неброской, хорошо сшитой и высокого качества. Обычно полагается носить белые рубашки и темные костюмы. Необходимо учитывать, что требования к деловой одежде мужчин и женщин в разных странах различные. Позы и жесты являются одним из важнейших средств невербального общения. В мире развивающихся международных отношений многим современным компаниям и государственным учреждениям все чаще приходится иметь дело с иностранными партнерами. Поэтому необходимо помнить, что в каждой стране, наряду с повсеместно принятыми, распространенными жестами, существуют свои невербальные средства коммуникации, закрепленные в культуре и по-своему интерпретируемые. Это особенно важно учитывать, занимаясь подготовкой деловых переговоров с клиентами – представителями других стран.

Таким образом, можно сделать вывод, что в каждой стране существует свое представление о нормах и правилах невербального общения. Знание этих особенностей поможет не только избежать ошибок восприятия, но и произвести благоприятное впечатление на собеседника и установить с ним долгосрочные партнерские отношения.