нимания сторон, а при культурном обмене делегациями нередко возникают недоразумения, связанные с обоюдным незнанием привычек, национальных обычаев и характерных особенностей стран, каждая из которых обладает своей культурой, национальными традициями и нормами этикета. Граждане многих государств внимательно следят за соблюдением формальностей и болезненно реагируют на их нарушения. Это в равной степени относится к языку мимики и жестов, который играет в межнациональном общении особую роль. Для понимания языка тела и жестов у разных народов большое значение имеет представление о личном пространстве человека — той зоне, в пределах которой человек чувствует себя максимально комфортно и в которую запрещено вторгаться ближнему, не говоря уже об иностранце. Например, личное пространство немца — старательно закрытая и тщательно охраняемая территория, которую хозяин покидает неохотно. Именно поэтому в общении немцы стремятся не выходить за линию очерченного круга и не впускать в него посторонних. Немцы являют собой пример порядка, педантизма и сдержанности. Они традиционно вежливы, соответственно и ожидают аналогичного поведения.

Понятие личного пространства у разных народов дает представление о том, насколько важно соблюдать осторожность в общении с иностранцами — носителями иной культуры и менталитета.

Л.Ф. Радько, Т.Л. Терех
БГЭУ (Минск)

БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ — ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В основе понятия «бизнес-коммуникации» лежат два элемента — бизнес и коммуникация. Бизнес — это организация предприятия, дело, предпринимательская деятельность. Понятие коммуникации очень емкое по своему смысловому содержанию. Оно широко используется как в экономических работах, так и публикациях по информатике и информационным технологиям, социальной и управленческой психологии, экономической социологии и теории организации.

В работах по психологии управления и организации под коммуникациями понимают процессы межличностного общения, в информатике — обезличенный процесс передачи данных и обмен информацией посредством современных информационных систем. Коммуникации являются необходимым условием совместной экономической деятельности людей. Они присутствуют на стадиях производства, распределения, обмена и потребления товаров. Коммуникация осуществляется на всех уровнях управления национальной экономики. По данным американских исследований, коммуникация занимает около 3/4 времени активной жизни человека. У менеджера на это уходит 80–90 % рабочего времени. Чем выше уровень руководства, тем больше времени менеджер тратит на деловое общение. Коммуникативная функция руководства является наиболее важной составляющей эффективного управления.

Формирование эффективной системы коммуникаций во всех отраслях экономики — один из важнейших факторов развития рыночных отношений. Благодаря коммуникациям осуществляется сбор, анализ и систематизация информации как внутри предприятия, так и за его пределами, где собственно и устанавливаются бизнес-коммуникации с потребителями услуг, поставщиками, инвесторами, деловыми партнерами, конкурирующими фирмами. В современном бизнесе бизнес-коммуникации превращаются в стратегический ресурс управления. Коммуникация в современных условиях является основой жизнеобеспечения каждого предприятия.

Бизнес-коммуникации являются частным случаем коммуникаций, они выходят за границы организации и охватывают как рыночные, так и внутрипроизводственные коммуникации. Основным признаком бизнес-коммуникации является коммуникация, в которой доминирующую роль играют экономические отношения в процессе производства, распределения, обмена и потребления товаров. Не все внутрипроизводственные коммуникации являются бизнес-коммуникациями. Одними из важнейших внутрипроизводственных коммуникаций являются неформальные, служебные, межличностные отношения, которые никак не связаны экономическими отношениями.

Бизнес-коммуникации возможны между различными субъектами экономической деятельности: физическими, юридическими лицами, транснациональными компаниями, общественными организациями, регионами, государствами и т.д. Бизнес-коммуникации являются частным случаем экономических коммуникаций (отношений). Главное отличие бизнес-коммуникаций от экономических отношений заключается в том, что в результате бизнес-коммуникаций образуется коммерческая прибыль, которую получают в результате бизнес-процесса. Бизнес-коммуникации, как правило, затрагивают коммерческие интересы обеих сторон, а в результате экономических коммуникаций коммерческой прибыли может и не быть (например, благотворительная, спонсорская деятельность, пенсионное обеспечение).

В.И. Смольникова
БГЭУ (Бобруйск)

ИНТЕРКУЛЬТУРНЫЙ ТРЕНИНГ: КЛЮЧ К ПОНИМАНИЮ

Известно, что первые шаги потенциальных партнеров в установлении между собой контактов на международном уровне не всегда приводят к успеху. Фирмы и их представители говорят об этом не очень охотно, поскольку неудача воспринимается как свидетельство либо собственной, либо чужой некомпетентности. Осознать самого себя как субъекта определенной культуры, который общается особым образом, — дело весьма непростое. Для продуктивных межкультурных контактов, например в экономике, просто необходима способность к дистанцированному самовосприятию.

Современные требования к менеджеру таковы, что одного лишь знакомства с историей других народов недостаточно. Представители иной национальности требуют уважения к своеобразию их религиозных законов, языка, политического устройства, национального характера, традиций и обычаев, особенностей жизни в семье,

ВДЭУ Беларускі дзяржаўны эканамічны універсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
BSEU Belarus State Economic University. Library.
http://www.bseu.by elib@bseu.by