

СЕКЦИЯ 17

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

О.А. Белякова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н.А. Залеская

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ С УЧЕТОМ ГЕНДЕРНЫХ ФАКТОРОВ

В наше время изучение гендерного аспекта при выборе коммуникативных тактик и стратегий становится особенно актуальным в связи с увеличением количества женщин в бизнес-сфере.

Цель работы — проанализировать особенности гендерных аспектов бизнес-коммуникации, а также выявить гендерные поведенческие паттерны, которые способны повысить эффективность делового общения.

Коммуникативное поведение мужчин и женщин имеет существенные различия [1, с. 56]. Доказано, что мужчины в большинстве своем более напористые, чаще перебивают собеседника и более озабочены поддержанием собственного статуса, а женщинам в целом более свойственно компромиссное поведение [2, с. 23].

Компания «Продтоварь» предоставила для анализа скрипт деловых телефонных переговоров, в котором можно проследить данную тенденцию.

Рассмотрим следующую ситуацию: три месяца назад фирма «Агроном-сад» предоставила фирме «Продтоварь» свой товар на реализацию с отсрочкой платежа. Оплата предусматривалась всей суммой одновременно. Через некоторое время выяснилось, что фирма «Продтоварь» испытывает финансовые трудности и в назначенный срок может выплатить лишь треть от оговоренной суммы. Практически с первых реплик назревает конфликтная ситуация, в которой ни одна из сторон не намерена уступить: «Агроном-сад» настаивает на выплате всей суммы в срок, а фирма «Продтоварь» отказывается принимать чужие условия, надеясь выйти из этого положения без потерь.

В такой ситуации очень действенным является привлечение к диалогу представительницы женского пола. Женщина-менеджер включается в разговор и просит для компании «Продтоварь» еще три дня отсрочки, в течение которых будет покрыта половина суммы, а также выказывает готовность выплачивать процент (не больше 5 %) за остаток и использует комплимент, чтобы расположить к себе оппонента. Таким образом, компания «Продтоварь» вносит предложение, которое способствует реализации обоюдных интересов.

Рассмотренный выше пример делового телефонного разговора показывает, что участие женщины в переговорах является своего рода «седативным средством», вынуждая обе стороны вести себя корректно и галантно, что в итоге нередко приводит к достижению компромисса.

На основании практической части нами были разработаны практические рекомендации по оптимизации деловых переговоров с учетом гендерных факторов: в процессе ведения переговоров необходимо сочетать готовность к компромиссу с твердым отстаиванием своей позиции. Поэтому очень выгодно иметь в своей команде переговорщиков женщин, так как они тоньше чувствуют эту грань и с большей легкостью находят подход к партнеру.

Несмотря на тенденцию стремления к равноправию полов, полностью устранить гендерные стереотипы в бизнес-среде пока не представляется возможным, однако мы можем заставить эти стереотипы работать на себя: не игнорируя их существование, а стараясь извлечь из них пользу.

Литература

1. *Вечер, Л. С.* Секреты делового общения / Л. С. Вечер. — Минск : Вышэйш. шк., 1996. — 367 с.
2. *Грошев, И. Д.* Как принимают решения женщины и мужчины-руководители / И. Д. Грошев. — М. : ЭКО, 1996. — 177 с.

Е.К. Громова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат филологических наук Т.С. Николкина

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ BIG DATA В БИЗНЕСЕ

Сегодня цифровые технологии присутствуют во всех областях жизни человека. Растущей тенденцией IT-сферы является процесс обработки и сбора больших объемов информации. В последние годы во всем мире возрастает роль технологии Big Data. Именно в этом и заключается актуальность выбранной темы.

Цель работы — раскрыть понятие Big Data, а также рассмотреть сферы использования и преимущества данной технологии.

Понятие Big Data раскрывается с нескольких сторон:

- огромные массивы информации;
- инструменты обработки информации;
- процесс анализа и расшифровки данных.

Главные характеристики, отличающие Big Data от другого рода данных, — три V:

- volume — большие объемы данных;