

4. World Economic Forum // The Global Gender Gap Report 2017 – (http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2017.pdf).

5. Национальный план действий по обеспечению гендерного равенства в Республике Беларусь на 2017 – 2020 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17.02.2017 № 149 – (<http://www.government.by/upload/docs/file59fe04a05ce85ea9.PDF>).

6. В каких странах ЕС самая большая разбежка между зарплатами мужчин и женщин// <https://finance.tut.by/news584290.html>. Дата доступа: 10.03.2018 г.

*Е.С. Седельская, А. О. Познякова
Е. А. Куеня, канд. экон. наук, доцент
ГИУСТ БГУ
Минск (Беларусь)*

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИЙ ВО ВРЕМЯ ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Переговоры – неотъемлемый элемент деловых отношений, включающий в себя поиск соглашения между деловыми партнерами, в основе которых лежит коммуникация. Согласно большому психологическому словарю коммуникацию можно рассмотреть с двух сторон. Первая сторона вербальная, представляющая собой целенаправленный процесс передачи информации при помощи языка, а так же невербальной, которая не только дополняет вербальную коммуникацию, но и обеспечивает передачу эмоционального, образного, мотивационного состояния партнёра во время ведения деловых переговоров.

Исходя из научной литературы, деловые переговоры представляют собой «особый вид делового общения между партнерами, направленный на совместное решение проблемы в процессе заключения договоров, сделок, контрактов» [1,с.286]. Главная цель ведения переговоров – прийти к взаимовыгодному решению обсуждаемой проблемы, избегнув конфликта. Специалисты выделяют следующие подходы к переговорам:

- конфронтационный, основанный на убеждении «Только победа!» как цель переговоров, причем отказ от полной победы означает поражение;
- партнерский, предусматривающий совместный с партнером анализ проблем и поиск взаимовыгодного решения, при котором в выигрыше оказываются обе стороны. Реализации этого подхода поможет, если перед началом переговоров партнеры определят общую цель, что возможно через выявление общих потребностей.

В соответствии с представленными выше подходами выделяют следующие стратегии ведения переговоров:

- стратегия позиционного торга (конкурентный тип ведения переговоров);
- стратегия переговоров по интересам (принципиальные переговоры или гарвардский метод) [2, с.30-33].

В процессе коммуникации между деловыми партнёрами могут возникнуть коммуникативные барьеры:

– Логический барьер – возникает у партнеров с неодинаковым видом мышления. В зависимости от того, какие виды и формы мышления преобладают в интеллекте каждого партнера, они общаются на уровне понимания или непонимания.

– Стилистический барьер – несоответствие формы представления информации ее содержанию. Возникает при неправильной организации сообщения.

– Семантический (смысловой) барьер – возникает при несоответствии лингвистического словаря со смысловой информацией, а также из-за различий в речевом поведении представителей разных культур.

– Фонетический барьер – препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего (дикция, интонация, логические ударения и т.д.). Надо говорить четко, внятно, достаточно громко [2, с.13].

Психологами было обнаружено несколько типовых схем, по которым строится образ другого человека и которые в той или иной степени используются во время ведения деловых переговоров.

Наиболее часто применяется схема восприятия, которая срабатывает в случае неравенства партнеров в той или иной сфере. Ошибки неравенства проявляются в том, что люди склонны систематически переоценивать различные психологические качества тех людей, которые превосходят их по какому-то параметру, существенному для них. Если же мы имеем дело с партнёром, которого мы в чем-то превосходим, то мы его недооцениваем. Очень важно помнить, что превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам. Эти ошибки можно назвать **фактором превосходства**.

В данном случае под влиянием одного фактора переоцениваются или недооцениваются свойства человека. Здесь мы имеем дело с **фактором привлекательности** – чем внешне более привлекателен для нас человек, тем лучше он во всех отношениях, если же он непривлекателен, то и остальные его качества недооцениваются.

Следующая схема также хорошо известна. Те люди, которые к нам относятся хорошо, кажутся нам значительно лучше тех, кто к нам относится плохо. Это проявление так называемого **фактора «отношения к нам»** [3, с.11-12].

Психологические исследования показывают, что почти все детали внешнего облика партнёра могут нести информацию о его эмоциональных состояниях, об отношении к окружающим, а также о его отношении к себе. Лицо партнёра, его жесты, мимика, общий стиль экспрессивного поведения, походка, его манера стоять, сидеть, привычные позы и их изменение во время разговора, пространственная ориентация по отношению к партнерам – все это имеет определенное содержание и несет информацию о внутренних состояниях человека. Конечно, то, что максимально привлекает наше внимание в облике другого человека, – это его лицо [3, с.15].

Во время ведения деловых переговоров необходимо учитывать пространственную ориентацию партнёра. Необходимо придерживаться социальной зоны, которая составляет от 1,2 до 3,6 метров. На таком расстоянии необходимо держаться от партнёра, если он не знаком или малознаком. Исключением из правила, требующего строгого соблюдения дистанционной зоны, являются случаи, когда пространственная зона человека обусловлена его социальным положением [3, с.17-21].

Одним из наименее заметных и в то же время наиболее значительных невербальных сигналов, является сигнал, передаваемый ладонью человека. Существует три основных командных жеста ладони: положение ладони вверх, положение ладони вниз и

положение указывающего перста. Положение открытой ладони вверх есть доверительный, неугрожающий жест. Когда ладонь повернута вниз, в жесте немедленно появится оттенок начальственности. Самый раздражающий жест из используемых в процессе речи – жест «указывающего перста», особенно если он совпадает по смыслу со сказанными словами партнёра [3, с. 31-32].

Английский психолог Д. М. Арджайл установил: чтобы построить хорошие отношения с другим человеком, ваш взгляд должен встречаться с его взглядом около 60-70% всего времени общения. Деловой взгляд оказывает сильное влияние на партнёра. Он подскажет ему, что вы очень серьезно настроены. Ведя деловые переговоры, необходимо представить, что в области лба находится треугольник и сконцентрировать свой взгляд на нём [4, с.93 – 94].

Когда человек проделывает жест «рука-к-лицу», то это далеко не всегда означает, что он лжет. Однако это может быть первым признаком обмана, и дальнейшее наблюдение за поведением человека и его жестами может подтвердить ваши подозрения. Следует рассматривать этот жест в совокупности с другими жестами. Прикосновение к носу, защита рта рукой, потирание века и уха говорит о том, что партнёр врёт [3, с.45].

Эмоциональная вовлеченность в процесс переговоров делает сложным, а то и невозможным отстранение, необходимое для учета интересов обеих сторон. Кроме того, у участников переговоров часто возникает психологическое нежелание признавать законность точки зрения другой стороны. Стремление удовлетворить интересы партнёра выглядит проявлением неверности собственной стороне. Такое заблуждение часто заставляет участников переговоров занимать пристрастную позицию, выдвигать пристрастные аргументы и предлагать исключительно односторонние решения[5, с.119].

Из всего сказанного следует, что для расположения партнёра во время ведения деловых переговоров необходимо знать все тонкости их ведения. Партнёра необходимо рассматривать в первую очередь как личность, которой характерны эмоции, система ценностей, определенная точка зрения. Каждая личность имеет уникальность и неповторимость, с которой нужно считаться. Знание тонкостей коммуникаций во время ведения деловых переговоров поможет избежать возникновению коммуникативных барьеров, больше понять своего партнёра и прийти к взаимовыгодному решению.

Список использованных источников

1. Зинченко, В.П. Мещеряков, Б.Г. Большой психологический словарь/ В.П.Зинченко, Б.Г. Мещеряков.-М.: 4-е изд, расш. АСТ-МоСКВА, 2008. – 291с.
2. Стволыгин, К.В. Учебно – методический комплекс «Деловое общение и коммуникации» / К.В. Стволыгин: -М.: ГИУСТ БГУ, 2017. С. 147.
3. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: Учебное пособие / Г.В. Бороздина. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 224 с
4. Пиз, А. Язык телодвижений: как читать мысли других людей по их жестам / А. Пиз. – Нижний Новгород: Изд-во «Ай-Кью», 2004. – 150с.
5. Манн, Иванов и Фербер; Переговоры без поражения. Гарвардский метод М.: 2013.- 346 с.