

**КУЛЬТУРА ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК СКЛАДОВІ ПРОФЕСІЙНОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ СПЕЦІАЛІСТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ
ТА МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Чайка-Петегурич Л.Б., к.е.н., доцент

Херсонський національний технічний університет

Інтеграція України в європейське та світове господарство, глобалізаційні процеси призводять до того, що міжнародні ділові контакти стають все частішими, а практика міжнародних переговорів все інтенсивнішою. Це формує попит на підготовку висококваліфікованих фахівців зовнішньоекономічної та міжнародної діяльності, здатних ефективно взаємодіяти на різних рівнях із представниками міжнародної спільноти.

Будь-який вид зовнішньоекономічної та міжнародної діяльності передбачає взаємодію з іноземними партнерами. Ділове спілкування включає як офіційні зустрічі представників, переговорний процес, так і спілкування у неформальній атмосфері. Успіх справи, реалізація проекту багато в чому залежить від обраної стратегії і тактики спілкування, від умінь правильно сформулювати цілі розмови, зацікавити партнера, обґрунтувати власну позицію та справити гарне враження.

«Успіхи людини у будь якій сфері лише відсотків на п'ятнадцять залежить від її професійних знань і відсотків на вісімдесят п'ять – від її вміння спілкуватися з людьми, з якими вона працює» [1, с.310]. Тому конкурентним буде той фахівець, який володіє не лише основами підприємницької діяльності, а й вміє будувати взаємини з діловими партнерами при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. У зв'язку з цим вивчення особливостей ділової комунікації та норм культури в міжнародному бізнесі є необхідним.

Гриньова Н. та Карпенко М. зазначають наступне: «Ділове спілкування у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це складний багатоплановий процес взаємодії персоналу підприємства з іноземними контрагентами у сфері ділових взаємовідносин при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що характеризується регламентованістю професійними етичними, національними та культурними нормами, та включає обмін інформацією, знаннями, досвідом і інтересами, а також сприйняття, розуміння та вплив на іноземних партнерів, що здійснюється в рамках спільної діяльності з метою досягнення бажаного комерційного результату та побудування довгострокових партнерських відносин при строгому дотриманні його учасниками ролевого амплуа» [2, с.145].

Таким чином, комунікація це не просто процес передачі інформації чи сама інформація, яка передається від суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності до його контрагента або споживача, «комунікація – це взаємний обмін порозумінням» [2, с.183]. Ділова комунікація з іноземними партнерами базується на певних закономірностях. Особливістю цього процесу є підпорядкування обмеженням, які визначаються культурними та національними традиціями, професійними етичними особливостями.

Міжнародний бізнес-етикет – поняття містке і не обмежується питаннями ділової субординації. Основними складовими є: правила привітання; правила звертання; правила представлення; норми організації ділових контактів (переговорів, зустрічей, офіційних прийомів, ділового листування) [4, с.39]. Загальноприйнятими нормами культури ділової поведінки є: пунктуальність; конфіденційність; люб'язність, доброзичливість і привітність; повага до співбесідника, партнера, клієнта; грамотний тайм-менеджмент; дотримання дрес-коду; телефонний етикет та етикет спілкування в мережі Інтернет.

Норми дипломатичного протоколу загальновизнані й в усіх країнах більш-менш однакові. Однак, незважаючи на глобалізаційні та інтеграційні процеси, національні та культурні особливості можуть виявитись досить значущими у ділових взаєминах. Адже «взаємодія з іноземними бізнес-партнерами – це завжди зіткнення різних національних культур. Традиції і звичаї ділового спілкування та ті цінності, що властиві партнерам,

відбиваються на діловому спілкуванні та процесі його проведення, так само як і на результаті. Саме через неусвідомлення цього при контактах представників різних країн відбуваються непорозуміння, а іноді й конфлікти» [5, с.64].

Як стверджує Медведєва І.: «Національна ділова культура містить передусім норми і традиції ділової етики, нормативи і правила ділового етикету та протоколу. Вона впливає на характер ділових відносин із зарубіжними партнерами, на стиль ведення переговорів, стиль керівництва, систему мотивації, ставлення до законів, відносини з іншими людьми в організації і розвитку ділових контактів тощо» [6, с.58].

Відмінності культур можуть бути досить істотними і стосуватися правил етикету, стереотипів поведінки, використання вербальних та невербальних засобів спілкування. Так, у випадку відсутності мовного розуміння у міжнаціональному спілкуванні на перший план виходить міміка, жести та пози, тому необхідно вивчати ті невербальні засоби спілкування, які прийняті в тій чи іншій країні. При переговорах в міжнародному бізнесі знання національного стилю ведення переговорів може допомогти зрозуміти підходи до формування делегації на переговорах, тактику ведення переговорів, специфіку механізму прийняття рішення, ступінь делегування повноважень тощо. Серед найбільш виражених національних стилів ведення переговорів розрізняють західний (американський та європейський), східний та арабський. У той же час представники конкретних країн також можуть мати свої особливості при діловому спілкуванні. Тому знання та врахування національно-культурних особливостей є важливим аспектом етики ділових стосунків з іноземними партнерами.

Від того наскільки майбутній фахівець зовнішньоекономічної діяльності засвоїть принципи ділової комунікації та особливості культури в міжнародному діловому середовищі залежить його професійна репутація, авторитет та успішність комерційної діяльності.

Література:

1. Красніцька Г.М. Етично-ділові стосунки бізнесменів / Г.М. Красніцька // Молодий вчений. – 2016. – № 4 (31). – С. 310–313.
2. Руда М.В. Міжнародні бізнес-комунікації в системі інформаційного забезпечення підприємства [Електронний ресурс] / М.В. Руда, Н.Ю. Лев // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2013. – № 769 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 182–189. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/23565>.
3. Гриньова Н.Є. Особливості ділового спілкування при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Н.Є. Гриньова, М.О. Карпенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – Т. 3 «Економічні науки». – С. 143–146.
4. Гірняк К.М. Міжнародний етикет в діловому середовищі / К.М. Гірняк // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. – 2013. – Том 15. – № 1 (55). – Частина 5. – С. 38–45.
5. Думанська І.Ю. Філософія ведення бізнесу з іноземними контрагентами в контексті їх ментальності: поради для фахівців ЗЕД / І.Ю. Думанська // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Випуск 6. – Частина 1. Серія: Економічні науки. – С. 64–68.
6. Медведєва І.В. Концепції культури в міжнародному бізнесі / І.В. Медведєва // Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2017. – Випуск 16. – С. 58–63.