

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ДО ВЕДЕННЯ КОМЕРЦІЙНИХ ПЕРЕГОВОРІВ

Чайка-Петегурич Л.Б., к.е.н., доцент

Херсонський національний технічний університет

В умовах глобалізації, інтеграції, інтернаціоналізації економіки ділові взаємини все ще тримаються на комунікаціях та вмінні словом впливати на людей і їхні рішення. Тому роль ділової комунікації зростає, а проблема організації успішних переговорів залишається актуальною. В сучасному суспільстві переговори – це не просте спілкування, а цілеспрямований процес, в ході якого вирішуються питання, що становлять взаємний інтерес для сторін, шукаються оптимальні шляхи співпраці, розвиваються ділові взаємини.

«Переговори є спільною з партнером діяльністю, спрямованою на вирішення певних загальних проблем, які стоять перед сторонами. Основною метою комерційних переговорів є переконання партнера у вирішенні проблеми, що відповідає спільним інтересам. Комерційні переговори підрозділяються на певні типи (між клієнтом та постачальником, стосовно заробітної платні, пов'язані зі злиттям фірм чи компаній, торгові переговори)» [1, с.332].

В менеджменті комерційні переговори розглядають як «окремий вид ділового спілкування по формі і змісту. По формі вони подібні до індивідуальної бесіди, разом з тим вони проводяться між делегаціями партнерів, яким необхідно володіти навичками впливу на групу людей які мають свою чітку ціль. За змістом комерційні переговори – це процес поетапного досягнення згоди між партнерами при наявності суперечливих інтересів» [2].

І хоча переговори – життєва реальність, адже щодня ми про щось домовляємось, вміло вести їх непросто.

Як слушно зазначає Шатило Ю.: «Уміння ефективно вести переговори – це складна річ, яка вимагає необхідних навичок: потрібно знати, як проводити переговори, за яким алгоритмом, як уникнути помилок, також необхідні вміння уважно слухати (намагаючись зрозуміти аргументи опонента), правильно використовувати і розуміти міміку, жести, інтонації, пози, здатність до роботи з нормами і традиціями інших країн. Однією з найважливіших навичок є вміння ставити запитання» [3, с.193]. Отже, комерційні переговори поєднують в собі процеси міжособистісного спілкування, професійну комунікацію, елементи «гри, яка нагадує театралізовану виставу» [2].

Для того щоб майбутній фахівець був конкурентоспроможним у професійній діяльності необхідно готувати його до цього. Зокрема, у студентів економічних спеціальностей потрібно розвивати комунікаційні навички, навички ведення переговорів, які дозволять їм у подальшому вміти ефективно доносити своє бачення ситуації до контрагента, відстоювати свої реальні інтереси, вміти перетворювати опонентів у партнерів завдяки розумінню їх інтересів і потреб і як результат – розширювати коло клієнтів, підвищувати якість домовленостей, та головне – від протиріч приходити до партнерства.

У навчанні ведення переговорів ураховуються вербальні та невербальні засоби спілкування, етикет комерційних переговорів, комунікативні стратегії та прийоми впливу на партнерів [4]. Студенти знайомляться з основними етапами переговорного процесу, стратегіями і тактиками переговорів, техніками конструктивного діалогу.

Однак лише теоретичних знань недостатньо, адже знати, як вести переговори, і вміти їх вести – це різні рівні володіння майстерністю ведення перемовин. Якість підготовки спеціаліста визначається його готовністю до ефективної професійної діяльності, рівнем оволодіння професійними навичками та вмінням застосовувати отримані знання при вирішенні професійних завдань. На нашу думку, досвід практичного застосування теоретичного матеріалу студенти можуть отримати через використання у роботі методу

проектного навчання, тренінгів, ділових ігор, розігрування проблемних ситуації та сценаріїв з реальних переговорів, перегляд відео-лекторіїв, зустрічі з професіоналами.

Майбутній фахівець повинен розуміти, що на практиці не може бути єдиної стратегії ведення переговорів. Кожен випадок вимагає свого підходу, який враховуватиме конкретні умови. Однак можна виокремити загальні правила, поради, дотримання та поєднання яких дозволить вибудувати стратегію у кожній конкретній ситуації проведення переговорів:

- ретельно готуватись до переговорів. Це передбачає пошук усієї інформації про іншу сторону (про компанію, про людей, з якими будете спілкуватися), яку можна дізнатися. Необхідно володіти інформацією про очікування й цілі іншої сторони, особливо в питаннях, де є готовність йти на поступки, про сильні і слабкі сторони. Чим більше інформації, тим сильніша переговорна позиція. Не недооцінювати протилежну сторону у переговорах;

- чітко формулювати переговорні цілі та вибудовувати тактику їх досягнення (досконало знати власну мету, визначити в порядку цінності та пріоритетності те, чим ви готові поступитись, розуміти, які ресурси ви маєте та на яку підтримку можете розраховувати);

- поважати позицію протилежної переговорної сторони (спробувати зрозуміти мотиви, наміри);

- враховувати інтереси обох сторін;

- діяти в межах повноважень – якщо в процесі переговорів виникають певні питання, які ви не можете вирішити самостійно, то потрібно про це сказати іншим учасникам;

- якщо розмова йде в сторону неприйнятних для вас морально-етичних або ціннісних орієнтирів, то варто зупинитись і ввічливо сказати «ні»;

- вести переговори лише з тими, хто приймає рішення. Для ефективного використання сил та часу варто одразу встановити контакт з тією особою, яка прийматиме остаточне рішення;

- аналізувати результати переговорів, щоб зробити висновки, обговорити додаткові питання, конкретизувати спірні моменти. В ході обговорення варто звернути увагу на: причини досягнення певних результатів; позитивні та негативні моменти переговорів; фактори, які сприяли конструктивному веденню переговорів; аргументи, використанні для переконання партнерів; пропозиції протилежної сторони; на поступки з вашого боку, якщо вони були.

Зрозуміло, що мистецтво планування та проведення переговорів, вміння домовлятися, коли здавалося б, домовитись неможна, вміння досягнути мети, коли у протилежної сторони вагомі переваги, вміння знаходити рішення в складних переговорних ситуаціях формуються поступово і в процесі отримання практичного досвіду. Завдання вузівської підготовки розкрити зміст і специфіку майбутньої професійної діяльності, актуалізувати формування необхідних компетентностей, зорієнтувати студента на необхідність постійного професійного розвитку та самовдосконалення.

Література:

1. Муравйова О.М. Навчання студентів економічних спеціальностей у рамках англomовного спецкурсу «Практика комерційних переговорів» [Електронний ресурс] / О.М. Муравйова, Т.А. Кравцова, О.В. Обозна // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. У 2-х ч. Ч.1. – Харків: ХДУХТ, 2013. – Вип. 1 (17). – С. 330–337. – Режим доступу : <http://elib.hduht.edu.ua/jspui/handle/123456789/2167>