

## ВЛИЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА НА БИЗНЕС-ПЕРЕГОВОРЫ

Альхимович А.А.

*Научный руководитель – Ругалева И.Е.*

В современных экономических отношениях важную роль играют переговоры. В международном бизнесе, по моему мнению, необходимо в первую очередь учитывать менталитет нации, к которой принадлежат ваши деловые партнёры. Национальный менталитет – это образ мышления, мировосприятие, духовная настроенность, присущие определённой нации. Анализ различных литературных источников позволил мне выделить особенности характера различных наций.

Американцы ценят в людях такие качества как честность и открытость. Они сразу переходят к сути дела, и не любят тратить время на условности. Довольно часто проявляют эгоизм. Перерывы в беседе считают недопустимыми. Американцы очень пунктуальны, всегда вовремя приходят на встречу, полагая, что опоздания являются проявлением неуважения.

Англичане никогда не будут долго и тщательно готовиться к переговорам. Подходят к любой проблеме прагматично, считая, что в зависимости от позиции партнёра именно в ходе переговоров можно будет найти лучшее решение. Они достаточно дружелюбно встречают предпримчивость другой стороны. Британцы всегда терпеливо выслушивают своих партнёров, не возражают им, но это не всегда означает согласие. Всё дело в том, что они считают самообладание самым главным достоинством человеческого характера. С английскими партнёрами не стоит говорить не по делу. Ведь лишними разговорами и многословием можно только навредить делу.

Испанцы – искренний, открытый, сердечный, обладающий чувством юмора народ, хорошо способный работать в команде. Они очень любят вести долгие дискуссии. Регламент переговоров почти никогда не соблюдают. Испанцы – те люди, которые встречают незнакомцев по одежке; они достойно оценят опрятный внешний вид партнёра по переговорам.

Итальянцы – порывистый, экспансивный, отличающийся большой общительностью народ. Их методы ведения переговоров в основном соответствует общепринятым нормам. По поведению можно определить, представитель какой компании перед вами, мелкой или крупной. Представители мелких фирм обычно более активны и энергичны во время установления контактов, не затягивают с решениями организационных вопросов, с лёгкостью идут на компромиссные варианты со-

глашения. Итальянцы преимущественно завязывают деловые отношения с людьми, которые занимают равную им позицию в деловом мире.

Китайцы обычно чётко делают деловые встречи на несколько частей: первоначальное уточнение позиций, обсуждение этих позиций и заключительную стадию переговоров. Во время переговоров они никогда первыми "не раскроют карты" – определённо выскажут своё мнение, внесут конкретные предложения и т.д. Если переговоры проходят в Китае, они могут сослаться на то, что согласно их традициям "сначала высказываются гости". Если китайцы и идут на какие-либо уступки, то только под самый конец встречи.

Немцы – высокоорганизованная, открытая нация, готовая к прямому разговору на деловом языке. Довольно грамотно готовятся к переговорам. Преимущественно начинают переговоры, только в том случае, если они твёрдо уверены, что придут к какому-либо согласию с партнёром. Сильно ценят пунктуальность, очень педантичны, поэтому, ведя переговоры с немцами, необходимо строго придерживаться протокола. Свою позицию они прорабатывают довольно тщательно, предпочитают обсуждать вопросы последовательно: сначала закончат с одним и только после этого перейдут к следующему.

Шведы – пунктуальный, аккуратный, порядочный и надёжный во всех отношениях народ. Обычно, владеют несколькими языками. Любят планировать всё заранее, поэтому о деловых встречах со шведами лучше договариваться заранее. Шведские бизнесмены заранее тщательно изучают полученные предложения и любят изучать все вопросы детально. В партнёрах сильно ценят профессионализм.

Таким образом, учитывая национальные особенности деловых партнёров, Вам будет намного проще подобрать ключ к иностранным партнёрам и, как следствие, заключить более выгодную сделку.