

Особенности осуществления деловых коммуникаций представителей российских и американских деловых культур в современных условиях ведения бизнеса

И.Д. Маркова, Е.В. Волкодавова

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

Обоснование. Сотрудничество с иностранными, в том числе американскими, компаниями интересно отечественным компаниям по ряду причин. Среди них поиск качественного и новых видов сырья для производства, применение импортных технологий, продвижение отечественных продуктов на зарубежные рынки. В быстроменяющихся внешнеполитических условиях сотрудничать с американскими компаниями становится все труднее. Однако, с учетом вышеописанных причин, запрос на сотрудничество с американскими компаниями до сих пор актуален.

Цель — рассмотреть особенности процесса деловых коммуникаций с представителями американской деловой культуры в текущих условиях.

Методы. Проведенные исследования опираются на научные труды отечественных и зарубежных ученых и отражают особенности деловых коммуникаций с американскими организациями. В работе также были использованы методы эмпирического и теоретического исследования.

Результаты. Для американцев характерно следующее поведение: им нравится действовать самостоятельно, не оглядываясь на мнение начальства. Могут сразу же начинать вести себя неформально, например, поприветствовать словом «Hi» и снять пиджак. Сразу же демонстрируют доверие посредством чрезвычайного дружелюбия, где возможно, прибегая к юмору. Обращаться предпочитают по именам независимо от возраста и положения собеседников. Задают много вопросов и любят, когда задают вопросов им.

Чувство юмора сильно различается от штата к штату. Поэтому то, что считается смешным в одном штате, может звучать несмешно и оскорбительно в другом. Неудачная шутка может обидеть собеседников, а то и довести дело до международного скандала.

Нежелательные для американцев темы для разговора: обсуждение проблем сторон, скрытое поведение собеседников, долгие паузы в разговоре, обсуждение и осуждение политики, особенно политического курса США.

Ошибочное мнение, что если американцы и британцы говорят на английском, то для диалога подойдут одни и те же фразы, однако, во-первых, существуют достаточно серьезные отличия американского английского от британского, во-вторых, американцы намного менее сдержанны чем британцы.

Между американскими и российскими деловыми культурами имеют место быть следующие совпадения: грубоватость речи, гостеприимность, любовь к технологиям, непринятие аристократии, великодержавность, политичность, мессианство, раздвижение границ, мышление с размахом.

Для американцев репутация потенциального партнера критически важна для принятия решения о сотрудничестве. Американцы очень доверяют медиа, в особенности профильным. Если компании принимают ошибочное решение скрывать свое происхождение путем замены названия на латиницу или изменения имен сотрудников на англоязычные аналоги, американцы относятся к этому настороженно. Репутация и PR в США имеют колоссальное значение, поэтому сотрудничающим с ними компаниям необходимо рассказывать о себе правду.

Выводы. Сотрудничество с американскими компаниями расширяет возможности российских компаний, открывает доступ к новым рынкам и технологиям, позволяет обмениваться опытом ведения бизнеса.

Ситуация в мире стремительно меняется, любые конфликты рано или поздно закончатся, а всем людям предстоит дальше жить на одной Земле. Сотрудничество и коммуникация важнее, чем акцент и цвет паспорта.

Ключевые слова: международное сотрудничество; сотрудничество с иностранными организациями; российские компании; американские компании; деловые коммуникации.

Список литературы

1. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. Москва: Дело, 1999. 439 с.
2. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. Москва: Вершина, 2009. 315 с.

Сведения об авторах:

Ирина Денисовна Маркова — студентка, группа ЭУП021о1, институт экономики предприятий; Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия. E-mail: irochka-markova@mail.ru

Елена Викторовна Волкодавова — научный руководитель, доктор экономических наук, профессор; Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия. E-mail: vev.sseu@gmail.com