

Профатилов// Проблемы современной экономики. –2011. – № 1 (37). – С. 31–35.

2 Ковалев, М. Развитие инновационного потенциала регионов Беларуси/ М. Ковалев, А. Шашко // Вестник ассоциации белорусских банков. – 2004. – № 38. – С. 29–32.

УДК 339.138:174.7

А. С. Барабанова

ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена роли деловых переговоров в современной коммерческой деятельности. Были рассмотрены схема деловых переговоров, а также инструменты, которыми необходимо владеть бизнесмену при участии в деловой встрече. На основании собранной информации обосновывается значимость организации деловых переговоров и результат от ее применения сотрудниками коммерческого предприятия.

В деловой среде, так же как и повседневной жизни, существует ряд правил, называемые этикетом. Это своего рода пропуск в мир деловых людей, эталон общения в бизнес-среде. Несоблюдение или незнание бизнес-этикета часто становится занавесом в ведении успешных переговоров, продвижении своей компании и продукта на рынке, выстраивании карьеры. О человеке судят по его делам, по его поведению и умению выстраивать грамотные отношения в деловой среде. Чтобы успешно и комфортно себя чувствовать, современный деловой человек должен обладать определёнными качествами. К ним относят ум, целеустремлённость, использование органайзера, умение хранить коммерческую тайну, участие в благотворительности, коммуникабельность и т. д.

Существует много литературы, в которой описываются главные составляющие делового этикета. Основными являются пунктуальность, соблюдение дресс-кода, порядок на рабочем столе, грамотная речь и деловой стиль письма, уважение партнёра, соблюдение коммерческой тайны, умение выслушать клиента, телефонный этикет, этикет в Интернете, деловые переговоры, взаимоотношения в коллективе и деловые жесты.

Особое внимание уделяется деловым переговорам и их важности в коммерческой деятельности. Переговоры – это вид совместной с партнером деятельности, как правило, направленной на решение проблемы.

Общая схема переговоров включает:

- Приветствие и введение в проблематику.

- Характеристика проблемы и предложения о ходе переговоров.

Анализируется сама проблема, которая ляжет в основу. В чем её суть? Есть ли иные пути её решения, требующие меньших затрат и усилий? Такие пути могут быть обнаружены как в рамках возможных односторонних действий, так и на основе переговоров с другим партнером.

- Подробное изложение позиции сторон. Прежде, чем стороны приступят к выработке договоренностей, им необходимо выяснить точки зрения друг друга и обсудить их. Не надо торопиться сразу решить проблему на переговорах. Как бы хорошо не были подготовлены переговоры, практически всегда какие-то вопросы остаются не совсем ясными. Каково мнения партнера относительно возможных подходов к решению проблемы? Почему он предполагает именно такое решение? Какие проблемы здесь могут быть реализованы? – эти и другие вопросы предстоит решить на начальной стадии переговоров.

– Ведение диалога. Соответственно этому выделяются 2 основных подхода или 2 основные стратегии переговоров: торг и совместный с партнером поиск решения проблемы.

В первом случае участники видят в переговорах одну из возможностей добиться победы при реализации собственных целей и интересов в максимально полном объеме. Они стремятся «выторговать» наиболее выгодный для себя итоговый документ. В результате борьбы, которая длится порой достаточно долго, участники могут прийти к некоему компромиссному варианту и заключить соглашение. В противном случае переговоры будут провалены. Таков конкурентный тип поведения.

Противоположный подход предполагает ориентацию не только на то, чтобы вынудить или заставить партнера принять совместное решение, как в предыдущем случае, но и на совместный анализ проблемы и совместный поиск вариантов решения. Он подразумевает партнерские отношения, поэтому данный тип поведения на переговорах часто называют кооперативным подходом к переговорам. В рамках этого типа поведения победа или успех переговоров понимается как разрешение противоречий и взаимное удовлетворение интересов обеих сторон. Подход к переговорам как к совместному с партнером поиску решения проблемы основывается на иных принципах и подразумевает открытость обоих участников, формирование диалога отношений.

– Решение проблемы. Наличие общих и различных интересов предполагает возможность нахождения компромисса. Это первый тип решения проблемы на переговорах. Наиболее просто этот вопрос решается в тех случаях, если имеется достаточно объективный общепризнанный критерий. Наличие у сторон разной степени заинтересованности по одному и тому же вопросу предоставляет иные возможности для нахождения решения путем проведения переговоров. Делая уступки по одному, менее значимому для себя вопросу, но более значимому для партнера, участник переговоров получает больше по другому вопросу, который представляется для него более важным.

Второй тип решения состоит в том, чтобы выйти за пределы изначально заданных позиций. При таком условии участники переговоров разрешают имеющиеся противоречия путем нахождения принципиально нового решения, «снимающего» их. В этом случае от сторон вообще не требуется уступок.

Третий тип – если стороны по каким-либо причинам не находят «серединного» или принципиально иного решения, заключается в асимметрии принимаемого решения (например, при подписании капитуляции).

– Завершение. По завершении переговоров их участникам целесообразно обсудить положительные и отрицательные результаты переговоров.

Средством рационального ведения переговоров является принцип повышения степени сложности. Необходимо начинать с важных аспектов предмета обсуждения, попытаться прийти к согласию по принципиальным вопросам и только потом переходить к деталям. Далее переходят к обсуждению таких пунктов, договориться по которым можно легко, без особых затрат времени. И только после этого останавливаются на важнейших вопросах, требующих подробного обсуждения.

Представляя товар или услугу, следует помнить, что людям нравится делать покупки, но им не нравится, когда на них давят. Представление товара основано на выгодах, которые сулит его приобретение. Первое сообщение, которое должен услышать покупатель – это информация о выгодах, которые он приобретает в случае покупки. Если он вслед за этим интересуется техническими данными о товаре, то это и есть то самое время, когда их надо предоставить. При этом важно не отвечать на вопросы, которые не задавались.

Чтобы получить за товар наилучшую цену и привлечь покупателя, он должен знать, что может поторговаться. Необходимо вызвать чувство борьбы за право купить товар

первым, а не показывать своего согласия продать товар по цене ниже первоначальной. Легко оценить стоимость вещи для себя, труднее представить, сколько за неё дадут другие. Важно лишь, чтобы предполагаемая сделка устроила вас. Если партнёр захочет поторговаться, у него всегда есть возможность сделать это.

С другой стороны, выступая в качестве покупателя, следует пытаться снизить цену, используя условия договора. К примеру, торговая сделка включает такие условия:

- Цена за единицу товара. Сколько за две или за три?
- Новый или «как новый». Пусть новый холодильник стоит 500 долл. США, тогда, сколько стоит демонстрационная модель или модель с витрины.
- Оплата сейчас или позже. Если есть отсрочка платежей, какая будет скидка, если заплатить наличными сейчас.
- Гарантии по дефектам в материалах и сборке. На сколько уменьшится цена, если вы откажетесь от своих прав на это? (Скорее всего, что продавец включил в цену расходы, связанные с устранением дефектов и т. д.)

Таким образом, для того чтобы быть успешным в современной коммерческой деятельности необходимо учитывать вышеперечисленные факторы. Они помогут в продуктивном установлении долгосрочных хозяйственных связей, поиске надёжных партнёров. Когда бизнесмен подготовлен к переговорам – это половина успеха. Умение общаться с людьми – это товар, за который необходимо платить.

Литература

1 Мананикова, Е. Н. Деловое общение: учебное пособие / Е. Н. Мананикова. – Минск : Дашков, 2008. – 207 с.

2 Фишер, Р. Путь к согласию, или переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри. – М. : Наука, 1996. – 230 с.

УДК 336.148:336.144

С. А. Болотова

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПЛАНИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА ПОСРЕДСТВОМ РАСЧЕТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕГО ИСПОЛНЕНИЯ

Проблема эффективности исполнения бюджета весьма многогранна, она охватывает широкий круг вопросов научно-теоретического, социально-политического, правового, методического и практического характера. В статье рассмотрены направления повышения качества планирования бюджета за счет повышения эффективности его исполнения.

Задачей процесса планирования бюджетных расходов является расчет суммы средств, необходимых для финансирования бюджетных учреждений в плановом периоде. Бюджет должен быть сбалансирован при планировании, однако в процессе исполнения бюджета расходы оказываются значительно выше запланированных. Это приводит к тому, что выделенных для финансирования средств становится недостаточно. В результате могут возникать кассовые разрывы с финансированием некоторых мероприятий и поэтому в определенные периоды может наблюдаться нехватка бюджетных средств. Привлечение дополнительных денежных средств требует времени и несколько усложняет