

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**<<МОСКОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ>>**  
**МИРЭА**  
**ИНСТИТУТ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ГОСУДАРСТВЕННОГО**  
**УПРАВЛЕНИЯ**  
**(ИНТЕГУ)**  
**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА**  
**ПРЕЗЕНТАЦИЯ**  
**ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
**<<ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ>>**  
**НА ТЕМУ**  
**<<ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В США>>**

Выполнил студент группы ГИБО-03-15

Филимонов Р.А

Принял

Кандидат экономических наук, доцент

Сиганьков А.А

**Москва 26.04.2016**



# ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В США



# ВСТУПЛЕНИЕ

- Американская культура сравнительно молода по сравнению со многими европейскими, азиатскими или ближневосточными культурами. Американцы оказали значительное влияние на стили ведения переговоров во всем мире. Вторую половину XX в. иногда называют "эрой переговоров", она совпала с ростом влияния США на развитие международных деловых, экономических и политических отношений. Американцы внесли значительный элемент демократизма и прагматизма в практику делового общения.



# ПРИВЕТСТВИЕ

- Приветствие и знакомство, согласно американскому деловому этикету, сопровождается рукопожатием. В деловом общении это характерно как для мужчин, так и для большинства американских бизнес-леди. В Америке не принято целовать руку и обмениваться поцелуями. Если же знакомство достаточно близкое, американцы жизнерадостно похлопывают друг друга по спине.



# ПОДАРОК И

- В США действуют очень строгие законы, регулирующие отношения с взятками. Поэтому дарить и принимать деловые подарки не принято, так как есть опасения, что такой жест могут расценить как взятку. Вместо подарков американские бизнесмены могут пригласить вас в ресторан, на загородный отдых, возможны даже приглашения на курорт.



# АМЕРИКАНЦЫ НА ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРАХ

- В процессе переговоров американцы предпочитают большую часть времени и внимания уделять непосредственно проблеме, которая требует принятия решения. Обсуждению подлежат как общие пути принятия решения (что нужно делать), так и отдельные детали, способствующие реализации договоренностей (как нужно сделать). Поэтому к рассмотрению американцы готовят, как правило, целые «пакеты» предложений. Они охотно используют прием «пробного шара».



# ОБЩЕНИ Е

- Американцы задают много вопросов. Некоторые вопросы американцев могут показаться элементарными и прямолинейными. Вам также могут задать очень личные вопросы. Так обычно проявляется их неподдельный интерес.
- В беседах, на переговорах американцы предпочитают причинно-следственные аргументы, предполагающие, что вывод делается на основе фактического доказательства. Подобный тип аргументации вообще характерен для англо-саксонского переговорного стиля и отличается, например, от традиций римского права, где исходной точкой доказательства служит некий принцип, а само доказательство строится как демонстрация применения этого принципа.



# ЛОГИК А

- Большое значение на любых переговорах американцы придают логике. Идут от общего к частному на основании тех или иных аргументов. В этом отношении показательно их национальное отношение к Библии, где интерпретация строится на строго логичной системе отсылок. Как говорят специалисты, такое отношение к аргументации вообще в духе англосаксонского переговорного стиля. Он сильно отличается от традиций древнего римского права, где вначале находили некий общий принцип, который являлся отправной точкой, а все прочее доказательство строили как применение этого принципа.



# “ЛУЧШЕ СЕГОДНЯ, ЧЕМ ЗАВТРА”

- Введение дел в Америке происходит довольно быстрыми темпами. Американцы предпочитают сделать все «сегодня», не откладывая ничего на «завтра». Зависимость «время - деньги» здесь понимается в прямом смысле. Хороший темп – неременный элемент успешного американского бизнеса. Следует быть готовым к тому, что на переговорах американские партнеры будут беспрестанно торопить вас, подталкивать к действиям. Учитывая эти особенности, американских бизнесменов можно охарактеризовать как чрезмерно напористых, прямолинейных и всегда спешащих.
- В делах они, как правило, предпочитают ориентироваться на успех. При этом американцы уверены, что каждый новый успех – предпосылка успеха в следующих делах.



# БИЗНЕС

## С

- Американцы считают, что они хорошо разбираются в бизнесе любой страны. Они часто проявляют эгоцентризм\* в технологии делового общения и считают, что партнер должен руководствоваться их правилами. Их интересуют только реальные и конкретные проекты. Они всегда хорошо осведомлены и компетентны во всех вопросах предстоящих переговоров. Характерная для них самостоятельность дает возможность легко принимать решения. Американский стиль ведения переговоров характеризуется достаточным профессионализмом. Они не терпят длительных затяжек в



# АМЕРИКАНСКИЕ БИЗНЕСМЕНЫ

- Американские бизнесмены обладают репутацией самых жестких деловых людей в мире, тем не менее, с ними во многих отношениях легче иметь дело. Это вызвано тем, что их философия проста. Их цель – заработать как можно больше и как можно быстрее, используя для достижения этой цели такие средства как упорный труд, быстрота действий, приспособленчество и власть (в том числе и власть самих денег). В принятии деловых решений они, как правило, не руководствуются сантиментами и считают, что доллар если даже и не Бог, То, по крайней мере, всемогущ. Такое целенаправленное стремление американцев к получению прибыли часто воспринимается как безжалостное.



# ПРАГМАТИЗМ

- Прагматизм американцев проявляется в том, что при деловых беседах, на переговорах они концентрируют свое внимание на проблеме, подлежащей обсуждению, причем стремятся выявить и обсудить не только общие возможные подходы к решению, но и детали, связанные с реализацией договоренностей. В деловом общении американцы энергичны, настроены на интенсивную работу. Этому способствует вся система образования и воспитания, существующая в США. Со школьной скамьи в детях одобряется напористость, умение ставить цели и добиваться их, жестко отстаивать интересы представляемых ими компаний.
- Американский прагматизм во многом обеспечивается объективными факторами. Как правило, представители США обладают достаточно сильной позицией на переговорах, и это не может не сказываться на технологии их ведения: американцы довольно настойчиво пытаются реализовать свои цели, могут и любят «торговаться». Большое внимание при решении проблем американцы уделяют увязке различных вопросов – «пакетным» решениям. Они сами часто предлагают «пакеты» к рассмотрению. Для них характерно обсуждение сначала общих рамок возможного соглашения, а затем деталей.



# ДЕМОКРАТИЗМ

- Демократизм американцев в деловом общении проявляется в стремлении к неформальной атмосфере при ведении переговоров и деловых бесед, в отказе от строгого следования протоколу. Между членами американской делегации довольно распространены партнерские отношения. Часто они обращаются друг к другу по имени независимо от возраста и статуса. Аналогичное обращение возможно и к зарубежным партнерам. Это означает, что отношения имеют не только деловой, но и дружеский характер. Американцы ценят и хорошо реагируют на шутки, стараются подчеркнуть дружелюбие и открытость. Как отмечается многими участниками и исследователями переговоров, они имеют значительно большую степень свободы при принятии окончательного решения, по сравнению, например, с представителями Франции, Японии, Китая или республик бывшего Советского Союза.
- Стиль делового общения отличает профессионализм. В американской делегации трудно встретить человека, некомпетентного в обсуждаемых вопросах.



# ОТНОШЕНИЕ КО ВРЕМЕНИ

- Американцы берегут время и ценят пунктуальность. Они пользуются ежедневниками и живут по расписанию. Они точно приходят на назначенную встречу. На Восточном побережье страны (от Вашингтона до Бостона) этому правилу неукоснительно следуют – опоздания недопустимы и не могут быть ничем оправданы, а на западе страны к этому относятся гораздо терпимее. Переговоры могут быть очень короткими – от получаса до часа и, как правило, идут один на один.



# ПАРА ФАКТОВ

- Многие считают американцев материалистами. «Успех» часто измеряется количеством заработанных денег. Однако среди американской интеллигенции достаточно людей, которые отвергают такой подход.
- Американцы энергичны. Это общество отличается высокой активностью, движением, переменами. Американцев раздражает тишина. Они не любят перерывов в беседе. Они лучше поговорят о погоде, чем сделают паузу в разговоре.



# ДЕЛОВОЙ ПРИЕМ

- Что же касается общения партнеров в неформальной обстановке, то деловой прием в США – обычная вещь. Это благоприятный случай поговорить о семье и хобби. За столом лучше избегать разговоров о политике и религии, поскольку США – страна пуританских ценностей. Американская нация озабочена своим здоровьем. Спиртного потребляют очень мало. В основном пьют пиво и коктейли, где льда больше, чем жидкости. Тосты не приняты. Поднимая стакан со спиртным, американцы говорят просто «чиэз» или «прозит». Необходимо помнить, что продолжительность делового приема в США гораздо короче, чем, например, во Франции. По его окончании участники могут вернуться в бюро и продолжить переговоры. Если вас пригласят в дом, значит для хозяина это очень важно. Принесите в качестве подарка бутылку вина или сувенир.



# ВЫВОДЫ

- 1. Американцы говорят быстро, и если они говорят на английском, то при этом могут возникать определенные ловушки
- 2. Вам всегда следует стараться проявлять прямоту, честность, но в то же время и достаточную жесткость в переговорах с американцами
- 3. Американцы ведут себя жестко и ловко, но бывают наивны. В переговорах с ними вам следует постоянно "переключать каналы", половину времени разговаривая на "американской волне", а другую половину — на собственной.
- 4. Американские менеджеры символизируют собой жизнеспособность и отвагу страны свободного предпринимательства
- 5. Время – деньги, поэтому во время переговоров американцы проявляют нетерпение, если европейцы задерживаются на деталях или если восточные партнеры не торопятся раскрывать свои карты.
- 6. Наконец, ведя переговоры с американцами, нужно иметь в своей команде кого-нибудь, кто хорошо знает их страну.

