

Область межкультурных коммуникаций в профессиональном спорте охватывает такой спектр вопросов, как регулирование отношений профессиональных спортивных организаций с международными структурами и потенциальными спонсорами, работа со СМИ, анализ перспектив продвижения некоторых видов профессионального спорта, и маркетинговых коммуникаций спортивных событий и продуктов, и др. Вышеприведенный спектр актуальных вопросов, относящихся к сфере межкультурных коммуникаций, констатирует о том, что данная область имеет существенное значение на сегодняшний день в индустрии профессионального спорта.

Современные возможности межкультурных коммуникаций на рынке профессионального спорта расширяют интерактивные инструменты маркетинговых коммуникаций для привлечения потенциальных потребителей. Опираясь на данные инструменты, менеджеры профессиональных спортивных организаций могут внести качественные преобразования в бизнес-процессы взаимоотношений с потребителями (болельщиками) и инвесторами (спонсорами).

Список использованных источников

1. Борисевич А.Н. Спорт как средство межкультурной коммуникации и изучение иностранного языка в спортивном УВО / А.Н. Борисевич // Научное обоснование физического воспитания, спортивной тренировки и подготовки кадров по физической культуре, спорту и туризму: материалы XIV Междунар. науч. сес. по итогам НИР за 2015 год, Минск, 12-14 апр.: в 3 ч. / редкол.: Т.Д. Полякова (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2016. – Ч. 2. – С. 134-136.

2. Матвиенко А.И. Профессиональный спорт как отрасль национальной экономики / А.И. Матвиенко // Проблемы управления. – 2016. – № 4 (61). – С. 67-73.

3. Матвиенко А.И. Эффективность инвестиций в человеческий капитал в индустрии профессионального спорта на современном этапе / А.И. Матвиенко // Теоретико-методологические подходы к формированию системы развития предприятий, комплексов, регионов: моногр. / А.И. Матвиенко [и др.]. – Пенза: РИО ПГСХА, 2015. – С. 56-75.

УДК 330

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

Мороз В.В.

Белорусский государственный экономический университет

e-mail: vita-vvv@mail.ru

Abstract. *The article reveals the actualization of intercultural communications in modern conditions, the need for their development among modern managers and elements of intercultural competence that contribute to improving business efficiency.*

С развитием глобальных сетей, с интернационализацией во многих отраслях экономической и общественной деятельности, а именно выходом многих предприятий на иностранные рынки, активизацией международной деятельности национальных и совместных предприятий, развитием международного сотрудничества учебных заведений, в настоящее время межкультурные взаимосвязи все более активизируются.

И хотя процесс глобализации далеко не новый, именно в современном мире нарастает сопротивление локальных культур тенденциям глобализации, которые довольно часто приобретают жесткий, разрушительный характер.

Руководители глобальных компаний, и не только глобальных, должны обладать гибким мышлением, так как существует постоянно исследовать нужды и пожелания от-

дельных рынков и адаптировать продукт, упаковку и рекламу на основе различий между рынками и, самое главное, шаблонов поведения людей в целевых рынках. Еще Ли Якокка писал: «Я знал хороших руководителей производства, обладающих глубокими идеями, но ясно изложить их другим людям затруднявшимся. Но это же стыдно, когда человек больших способностей не в состоянии рассказать о своих замыслах, выступая перед советом директоров или соответствующим комитетом». А что говорить, если такому руководителю надо выступать перед иностранными партнерами?

Как отмечают в своих книгах Акулич, Холленсен большую роль здесь будет играть их готовность к «культурному сопереживанию, которое определяется как способность понимать внутреннюю логику иных образов жизни».

Межкультурная компетенция – это набор знаний, умений, навыков и способностей, позволяющий эффективно взаимодействовать с представителями других культур, адаптироваться адекватно коммуникативной ситуации. Прикладной аспект межкультурной коммуникации находит в личностном и профессиональном общении, особенно при реализации каких-либо совместных проектов и задач в международной среде. Многие ученые в области международного менеджмента считают межкультурную компетенцию или компетентность одной из необходимых способностей современного руководителя. При этом принято выделять три элемента межкультурной компетенции: языковой, коммуникативный и культурный.

Применение современными руководителями всех этих трех элементов в бизнесе будут способствовать повышению эффективности в таких сферах, как: теории управления организацией на международном уровне, межкультурного и международного маркетинга, развития персонала в области межкультурной компетенции, управления персоналом международной организации, а также межкультурного сотрудничества в торговых, дипломатических отношениях, заключения контрактов, договоров, партнерства.

Международное сотрудничество и успех межкультурной коммуникации зачастую основывается на личностных связях, которые зависят от индивидуальных коммуникативных способностей партнеров. Поэтому, на наш взгляд, современные руководители международных компаний или организаций, ведущих международное сотрудничество, обязаны изначально глубоко знать собственную культуру, касающуюся экономической, социальной, технологической сторон сфер их деятельности, техники и особенностей ведения переговоров, затем они должны изучить культуру выбранной страны по тем же вопросам и только потом изучить интеркультурное взаимодействие стран (собственной страны и стран или регионов их сотрудничества).

Изучая роль межкультурной коммуникации, они четко должны знать принципы коммуникации, основные функции культуры, ее типы и факторы, ее определяющие, влияние культуры на восприятие и коммуникацию в профессиональной сфере, критерии влияния культуры на экономическую деятельность, а также барьеры эффективных международных коммуникаций. Как уже отмечалось ранее, современные руководители должны хорошо владеть техникой ведения переговоров на международном уровне и техникой ведения презентации, последнего чего не хватает белорусским и российским руководителям.

Литература

1. Акулич М.В. Исследование рынков в практике международного бизнеса (Электронный ресурс) / М.В. Акулич // Маркетинг в России и за рубежом – 2002. – №5. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/>.
2. Гриних Е.В., Письменный Е.В. Структура межкультурной компетенции современного руководителя // сборник статей и тезисов докладов XI международной научно-практической конференции – 2015. – С. 313-316.
3. Евтюгина А.А. Формирование межкультурной компетенции специалиста в области экономики / А.А. Евтюгина // Научный диалог – 2013. – №8 (20): Педагогика. – С. 65-24.

4. Мухамеджанова Н.М. Межкультурные коммуникации в условиях глобализации / Н.М. Мухамеджанова // Вестник ОГУ – 2010. - №7(113) – С.67-74.
5. Холденсен С. Глобальный маркетинг/ С. Холденсен, (пер. с англ. Е. Носовой, К. Юрашкевич) – Минск. Новое знание, 2004. – 832с.

УДК 330

ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ИХ РОЛЬ В МЕЖДУНАРОДНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Орлов П.Н., Зеленкова К.С., Мороз В.В.

Белорусский государственный экономический университет
e-mail: petr.orlov1999@yandex.ru, karinka.zelenkova99@gmail.com

***Abstract.** The article examines some features of intercultural communication in modern society, reveals the essence of intercultural communication and its role in interpersonal communication, touches on the topic of managing communications within the personality and organization.*

Человечество представлено одним биологическим видом, в котором наблюдается генетическое разнообразие. Оно состоит из шести рас, представители которых отличаются друг от друга по различным критериям. За всю историю человечества цивилизации отличаются друг от друга историей, языком, традициями, культурным опытом, религией. В основе многих конфликтов лежала национальная идентичность, но несмотря на это существует желание постичь другие культуры и их представителей, разобраться в их различиях и сходствах. Такие противоположные отношения к другим культурам существовали на протяжении всей истории существования человечества, но при этом взаимно дополняли друг друга. Эта дилемма сохраняется и сегодня, вызывая тем самым множество споров и дискуссий о международных коммуникациях и о взаимном влиянии представителей разных культур друг на друга (межкультурная интеракция). Понятие «межкультурная коммуникация» было сформулировано в работе «Культура и коммуникация. Модель анализа», которая была создана американскими дипломатами Г. Трейгером и Э. Холлом в 1954 году. Под международной коммуникацией они понимали «идеальную цель, к которой должен стремиться человек в своем желании как можно лучше и эффективнее адаптироваться к окружающему миру».

Сущность межкультурной коммуникации – это межперсональное общение в специальном контексте, когда один участник устанавливает культурное отличие другого. Безусловно, в процессе общения между представителями разных культур могут возникнуть определённые трудности, связанные с различиями культур. Эти трудности, как правило, возникают из-за разницы в ожиданиях и предубеждениях, которые свойственны людям и которые отличаются в разных культурах. Естественно, представители разных культур по-разному анализируют и воспринимают полученную информацию, что может вызвать трудности, и, как результат, привести к непониманию или невозможности общения. На вид, форму, а также результат коммуникации влияют восприятие, отношение и реакция. Кроме культурных различий, на понимание информации влияют множество и других факторов: гендерная принадлежность, возраст, профессия, социальный статус. Следовательно, степень качества межкультурного взаимопонимания в первую очередь зависят от толерантности, предприимчивости и личного опыта члена коммуникации [1].

Управление коммуникациями играет немаловажную роль в организации. Управление обеспечивает поддержку системы взаимодействия между элементами системы и состоит из следующих процессов: планирование системы коммуникаций, сбор и распределение информации, оценка и анализ результатов, документирование хода работ [2].