

4. Оценка эффективности интернет маркетинга и КРІ основных каналов обучением [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://maed.ru/ocenka-effektivnosti-internet-marketinga>. – Дата доступа: 18.04.2021.

УДК 005

ЗАПАДНАЯ И ВОСТОЧНАЯ МОДЕЛИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Д.С. Русецкая, студентка группы 10507119 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук О.Н. Монтик*

Резюме – модель переговоров в различных странах определяется исходя от региональных и национальных особенностей. В зависимости от культуры страны принципы и нормы ведения переговоров могут сильно отличаться, и то, что является нормой на западе вопиющее нарушение этики на востоке. Именно поэтому необходимо тщательно выбирать стратегию ведения диалога в зависимости от национальных и культурных особенностей.

Resume – the country model is based on regional and national ones. According to cultural norms, the principles and norms of doing business are the norm in the west, a violation of ethics in the east. That is why it is necessary to choose strategies of behavior depending on national and cultural studies.

Введение. Переговоры – процесс взаимосвязи между людьми, в ходе которого разрешаются разногласия, достигается компромисс или соглашение, избегая конфликтов и споров [1]. Это очень важная часть ведения бизнеса, без которой невозможно успешно совершать сделки. Кроме профессиональных навыков на успешный исход переговоров влияет большое количество факторов, таких как: менталитет и уровень участников встречи. Именно поэтому модели ведения переговоров в разных странах часто отличаются.

Основная часть. Наибольшие различия наблюдаются в западной и восточной моделях ведения переговоров. Классическими представителями западной деловой культуры являются: евро-американская и западноевропейская. Представителями восточной: страны Азии и Востока (Япония, Сингапур, Гонконг, Китай, Корея и страны ислама).

Западную модель ведения переговоров можно охарактеризовать двумя понятиями: модернизм и личная свобода. На диалог между деловыми партнерами не оказывает влияние ни религия, ни традиции. Стремление к переустройству отношений между обществом, природой и человеком, принципы антропоцентризма, субъективизма и индивидуализма, стремление к новому – характерные черты западной модели [2]. Во время принятия решений ценится индивидуализм, рационализм и решительный подход. Разрешение конфликтов имеет два пути развития: «жесткий» и «мягкий». «Жесткий» предполагает что переговоры – это часть конфликтов и

поэтому ценится силовой подход с односторонней победой. Однако есть и более современный путь развития – «мягкий», который направлен на достижение партнерских взаимоотношений в урегулировании конфликтов. В западной модели ведения переговоров важна формализация процесса. Требуется рациональность и четкость в формулировании предложений. Все стороны переговоров должны последовательно исполнять достигнутые договоренности, держать данное слово и строго соблюдать график и время переговоров, ведь «время – деньги».

Восточная модель ведения переговоров во многих аспектах прямо противоположна западной. На нее большое влияние оказывает соблюдение религиозных принципов и сохранение традиций. Коллективизм и общество имеют приоритетное значение над личностью. Именно поэтому в процессе принятия решений важной частью является обсуждение. Путь развития и решения конфликтов тоже определяет группа. Главный принцип – не вступать в прямое противоборство [3]. В отличие от западной модели, где ценится силовой подход, в восточной важно открыто не конфликтовать, и стремится постепенно истощить силы партнеров. В восточной деловой культуре не принято формализовать процесс ведения переговоров. Ориентация на формирование личных связей - ключевое отличие западной и восточной культур. Выражение “время – деньги” также не актуально для востока, имеет место быть свободное интерпретирование графика и времени проведения переговоров. [4]

Республика Беларусь территориально и культурно располагается ближе к западу. Именно поэтому белорусской модели ведения переговоров более характерны западные черты, такие как: формализация процесса, важность времени, решительность, индивидуализм, прямолинейность и надежность. Однако, несмотря на преобладание влияния западной культуры некоторые принципы восточной деловой этики также применимы в Беларуси, например: преимущество общественных интересов над личными, коллективизм, кумовство, иерархичность и, в некоторой степени, хитрость и уклончивость.

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что культурные различия оказывают большое влияние и на деловую этику. Стратегия проведения переговоров с представителями восточных и западных стран сильно отличается. Применение принципов одной деловой культуры крайне нежелательно в другой, так как не принесет никакой пользы или преимущества. Однако в Республике Беларусь две такие разные модели отлично интегрируются и сочетаются со славянским менталитетом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое переговоры? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.skillsyouneed.com/ips/negotiation.html#:~:text=Negotiation%20is%20a%20method%20by,perhaps%20an%20organisation%20they%20represent>. – Дата доступа: 20.04.2021.

2. Западная и восточная деловые культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/zapadnaja_i_vostochnaja_delovye_kultury/. – Дата доступа: 20.04.2021.
3. Западная и восточная культура переговоров: сравнительный анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://students-library.com/library/read/34790-zapadnaa-i-vostocnaa-kultura-peregovorov-sravnitelnyj-analiz>. – Дата доступа: 20.04.2021.
4. Западная и восточная культура переговоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/545699/ekonomika/zapadnaya_vostochnaya_modeli_vedeniya_peregovorov. – Дата доступа: 20.04.2021.

УДК 339.138

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И ПРОДАЖАМИ В ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

***Е.В. Самосюк, Е.А. Калегова, студентки группы 10508119 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик***

Резюме – отделы продаж и маркетинга в организации неразрывно связаны. В то время как маркетинговая функция в организации направлена на установление требований реальных и потенциальных клиентов и продвижение продуктов или услуг компании, отдел продаж активно продает продукцию компании клиентам. Фундаментальное различие между этими двумя отделами состоит в том, что усилия отдела маркетинга обходятся организационным расходам, тогда как отдел продаж приносит компании прибыль.

Resume – the sales and marketing departments of organization are inextricably linked. While the marketing function in organization is aimed at identifying the requirements of real and potential customers and promoting the company's products or services, the sales department actively sells the company's products to customers. The fundamental difference between two departments is that the marketing effort comes at cost to the organization, while the sales force is profitable for the company.

Введение. Навык эффективного достижения целей продаж посредством тщательного планирования и составления бюджета относится к функции управлению продажами, что в свою очередь является частью маркетингового комплекса организации. Управление продажами помогает извлекать максимальную выгоду из деятельности сотрудников и наиболее эффективным образом достигать целей организации.

Основная часть. Управление маркетинговой деятельностью включает в себя выбор целевых рынков, привлечение и удержание клиентов за счет создания ценности для потребителей. Данный процесс происходит посредством методов управления маркетингом, включающих в себя исследование целевого рынка и управление коммуникативными отношениями. [1]