Место для титульного листа

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Сущность переговоров и их функции 4
2. Этапы и стратегии проведения переговоров 6
3. Практика и специфика ведения переговоров в Китае 8

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 12

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 14

ВВЕДЕНИЕ

Практически в каждой организации случаются конфликты - от мелких, которые быстро заканчиваются и проходят практически без последствий, до крупных, которые заканчиваются увольнением. В деловом мире конфликт может быть связан с такими вещами, как подписание контракта, условия продажи или просто различия в личностях или стилях работы. **Актуальность** данной темы работы обусловлена, что одним из способов решения конфликтов являются переговоры.

Целью данной работы является анализ теории и практики переговоров.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

1) рассмотреть сущность переговоров и их функции;
2) определить этапы и стратегии проведения переговоров;
3) исследовать практику и специфику ведения переговоров в Китае.

Объектом данной работы являются переговоры.

Предмет исследования – сущность и особенности переговоров.

Методы исследования: сбор, анализ и синтез информации.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его содержание и результаты, основные обобщения и выводы способствуют более глубокому пониманию особенностей переговоров.

Структура работы. В соответствии с целью и задачами исследования структурно работа состоит из введения, основной части, заключения, списка литературы.

1. Сущность переговоров и их функции

Переговоры — это процесс принятия совместных решений, когда стороны, участвующие в них, имеют разные и противоположные предпочтения[1].

Переговоры имеют особое значение в ситуациях конфликта, будь то между профсоюзом и руководством в организации или между такими странами, как Китай и Япония, где они могут потребоваться для разрешения ситуации вокруг спорного острова. Конфликты и разногласия могут возникать в условиях работы по таким разным вопросам, как заработная плата, оценка эффективности, условия труда, графики работы и так далее. В любом типе переговоров необходимо учитывать две важные цели. Одна цель связана с существенной результатом, а другая - с отношениями.

Исходя из вышеизложенного, в качестве основной характеристики переговоров определяется то, что они осуществляются между сторонами, участвующими в конфликте, непосредственно, без вмешательства третьей стороны. Переговоры представляют собой модель обмена информацией, идеями и обещаниями между двумя или более сторонами, пытающимисянайти взаимоприемлемый результат для своей проблемы или конфликта.

В зависимости от целей участников выделяют различные функции переговоров, подробно проанализированные М.М. Лебедевой. Главная функция переговоров – направленность на совместное решение проблемы[2].

Содержание информационно-коммуникативной функции переговоров связывается со стремлением выяснить точку зрения противоположной стороны, дать информацию о своих интересах. Некоторые ученые считают эту функцию приоритетной и поэтому даже определяют переговоры через нее. Так, Г. Уинхем пишет: «Переговоры — это процесс снятия информационной

---

[1] Шаленко В.Н. Исследование конфликтных ситуаций в коллективах и пути их разрешения // Актуальные проблемы психологии управления. - 2017. - № 22 (11). - С. 293

[2] Лебедева М.М. Вам предстоят переговоры. - М.: Экономика, 1993. -156 с

неопределенности путем постепенного выяснения партнерами позиций друг друга»[3].

Подчеркивая важность информационно-коммуникативной функции переговоров, следует помнить о негативной стороне, так как неправильная информация может завести переговорщиков в тупик, заблокировать решение конфликта.

Регулятивная функция обеспечивает контроль и координацию действий участников переговорного процесса. Ее реализация связана с несколькими особенностями:

1) переговоры выполняют такую функцию, когда уже есть определенная договоренность и они осуществляют для выполнения достигнутых ранее решений;

2) переговоры могут служить средством контроля ранее принятых решений;

3) переговоры могут быть средством сдерживания, недопущения выхода ситуации из-под контроля участников конфликта.

Некоторые ученые считают, что и эта функция может иметь негативное проявление: переговоры могут быть использованы для контроля над действиями противоположной стороны.

При этом стоит помнить, что переговоры могут использоваться для достижения собственных целей участников конфликта: маскировки собственных намерений, успокоения противника и тому подобное. Истории известны такие примеры, когда переговоры начинались только для того, чтобы обвинить противоположную сторону в их провале, нежелании решать проблемы переговорным путем и начать против нее военные действия.

Подобные действия не всегда имеют деструктивный характер, в частности переговоры, например, с террористами являются единственным

[3] Шарков Ф.И. Общая конфликтология: Учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков, В.И. Сперанский. - М.: Дашков и К, 2016. - с.71

путем, чтобы выиграть время и спланировать план по освобождению заложников с наименьшими потерями.

Пропагандистская функция рассматривается как попытка повлиять на общественное мнение с целью разъяснения широким кругам своей позиции, оправдания собственных действий, предъявления претензий к противоположной стороне, обвинения противника в противоправных действиях, привлечение на свою сторону новых союзников. Это фактически приводит к тому, что участники международных конфликтов стремятся постоянно обращаться к средствам массовой информации, которые обеспечат им распространение мыслей и идей.

2. Этапы и стратегии проведения переговоров

Обычно переговоры имеют пять этапов (ниже мы опишем каждый из них):

1. Подготовка: в общих чертах этот этап состоит в выявлении конфликта между сторонами, позиции и стратегии каждой из них. Эти мероприятия могут включать:

— диагностика ситуации: анализ участников сторон и сути конфликта;

— определение цели и возможных уступок;

— определение стратегии ведения переговоров.

2. Прояснение. На данном этапе проясняется стратегия каждой из сторон.

3. Выдвижение предложений. Стороны должны решить, желают ли они приблизиться к своим позициям и какую позицию они выберут.

4. Представление альтернатив. На этом этапе стороны предлагают альтернативные соглашения (с более или менее уступками), которые могут сблизить их позиции.

5. Закрытие. Стороны принимают некое альтернативное соглашение и обязуются его соблюдать.

Следует отметить, что названия этапов переговоров, которые мы описали, могут отличаться у разных авторов. Однако как бы ни назывался каждый из этапов, суть одна и та же.

Кроме того, стоит отметить, что есть пять стилей ведения переговоров, которые в большей или меньшей степени будут учитывать следующие переменные: создание ценности, настойчивость и эмпатия.

1-й соревновательный стиль: высокая забота о результате и низкая забота об отношениях. Этот стиль ориентирован на переменную, требующую значения, не беспокоясь об остальных переменных. Это агрессивный стиль, основанный на подходе «выиграл—проиграл», когда человек беспокоится только о победе любой ценой. Мы можем использовать этот стиль, когда это изолированные переговоры, без будущих отношений, цели краткосрочны и несовместимы между сторонами, и прогноз таков, что другая сторона также выберет конкурентную стратегию.

2-й стиль сотрудничества: этот стиль характеризуется четкой ориентацией на результат и на отношения, сочетая заботу о переменных. Это стиль, который стремится удовлетворить интересы всех сторон, добиваясь взаимной выгоды и продолжительности отношений. Он имеет четкий подход «выиграл—выиграл», где, несмотря на в определенной степени развитие противоположных интересов, он не ведется как война противников. Мы можем использовать этот стиль, когда отношения между сторонами непрерывны и преследуются как краткосрочные, так и долгосрочные цели, когда стороны готовы понимать друг друга и обеспечивать поток информации.

3-й стиль примирения: он характеризуется высокой заботой об отношениях и низкой о результате, преимущественно думая об удовлетворении потребностей и интересов другой стороны в ущерб своим собственным. Он ориентирован на переменные создания ценности и эмпатии. В этом стиле человек уступает требованиям другой стороны без

какой-либо выгоды, надеясь создать прочные отношения с будущей выгодой. Данный стиль разработан в соответствии с подходом «проиграл—выиграл» с точки зрения неполноценности, которая доводит до крайности заботу о сохранении отношений, даже отказываясь от собственныхцелей. Этот стиль можно использовать, когда мы хотим проиграть в небольших переговорах, чтобы выиграть в более важных в будущем или, когдамы хотим уменьшить напряжение, потому что мы достигли нашей основной цели и не хотим портить отношения в будущем.

4-й стиль уклонения: низкая забота как об будущих отношениях, так и о результате. В этом стиле стремятся получить как можно больше, не сотрудничая с другой стороной для поиска решений, поскольку несогласие не означает неудачу. Он используется только тогда, когда ни результат, ни отношения не стоят усилий, которые влекут за собой переговоры, сосредотачиваясь на других, которые предлагают возможности для лучшей цели.

5-й стиль обязательств: через стиль обязательств мы ищем решения, частично удовлетворяющие интересы сторон, с приемлемыми для них результатами. Он используется, когда нельзя применить стиль сотрудничества, либо потому, что отношения очень испортились, но разрывать их результативно, либо потому, что взаимовыгодные отношения воспринимаются как дорогостоящие или невозможные. Этот стиль также используется, когда для достижения сотрудничества мало времени или ресурсов, когда обе стороны что-то получают или, по крайней мере, ничего не теряют.

3. Практика и специфика ведения переговоров в Китае

Деловая культура в Китае имеет три компонента китайской деловой культуры.

Первый связан с влиянием национального государства на культуру, а именно с Китайской Народной Республикой и тем, что иногда называют «условием КНР». Этот термин относится к влиянию, которое социалистическое правительство оказывает на торговлю и переговоры. Правительство пользуется правами, интересами и привилегиями большинства крупных предприятий.

Второй культурный компонент касается нравственного совершенствования, важности взаимоотношений, важности семьи, уважения к возрасту, иерархии и предотвращения конфликтов.

Третий компонент – китайские хитрости, всего тридцать шесть, которые обеспечивают проницательные способы достижения цели. Некоторые из них включают обман и скрытность. Когда участники переговоров начинают использовать эти уловки, гармония перестает преобладать, и переговоры, вероятно, не будут проходить хорошо. Китайские стратагемы часто отдают предпочтение оптимизации долгосрочных результатов.

Таким образом, переговоры в китайском стиле основаны на унаследовании традиционной китайской культуры и извлечении уроков из культуры переговоров Запада, которая обычно считается убедительным способом.

Суть переговоров в китайском стиле состоит в том, чтобы убедить другую сторону с психологической точки зрения и уделять больше внимания процессу переговоров, то есть сосредоточиться на стратегиях, а не на тактике переговоров. Поэтому применение стратегии является важной особенностью китайской культуры переговоров.

Традиционная китайская культура имеет долгую историю применения стратегии, и многие классические работы сосредоточены только на философии и принципах, а не на детальных и конкретных областях применения.

Для китайских бизнесменов результат переговоров, безусловно, важен. Однако, если переговорный процесс не приятен, это может повлиять на результаты переговоров.

Китайцы любят задавать много вопросов во время переговоров, и они также очень часто перебивают. Они предпочитают идти на уступки только в конце переговоров. Хотя взаимные уступки могут и не последовать сразу, китайцы будут ожидать их со временем.

Проведение длительных переговоров со стороны китайцев — это тактика попыток получить уступки, и она очень распространена. Они очень редко дают указания, когда переговоры подходят к концу.

Кроме того, стоит учитывать, что в зависимости от степени адаптации, аккультурация может быть классифицирована как низкая аккультурация, средняя аккультурация и высокая аккультурация. Низкая аккультурация в основном относится к ситуации, когда бизнесмены меньше знают о культуре и языке друг друга, поэтому они используют свой родной язык и традиционные стили ведения переговоров. Они в основном полагаются на переводчиков в переговорах и придерживаются своей собственной культурной идентичности.

При средней аккультурации бизнесмены используют свою традиционную культуру, а также учитывают культуру друг друга на переговорах, и они могут свободно использовать язык друг друга и понимать некоторые невербальные обычаи. Они терпимо относятся к культурным различиям в переговорах, и культурная адаптация не включает изменения ценностей и мышления.

Бизнесмены с высокой культурой склонны использовать в переговорах чужую культуру и стиль ведения переговоров, и они сознательно ведут переговоры всесторонне в чужой культуре, поэтому ни одна местная культура и образ мышления не могут быть отделены.

Китайские бизнесмены сильно различаются по степени культурной адаптации в межкультурных деловых переговорах.

В целом, однако, китайские бизнесмены склонны к снижению аккультурации в деловых переговорах. Им трудно полностью адаптироваться к переговорам западного стиля и западной культуре.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно сказать, что переговоры — это межличностный процесс двух или более сторон для достижения приемлемого соглашения по конкретному вопросу. В переговорах вопросы пытаются решать не путем материального или морального принуждения, а с помощью достижения соглашения в результате использования различных методов.

Можно сказать, что переговоры как метод управления разногласиями и в организации представляет собой процесс урегулирования спора на основе выявления соответствия интересов сторон и их точек зрения. Главным отличием данного метода является непосредственное взаимодействие оппонентов друг с другом, при этом количество участников переговоров может быть различно.

Цель переговоров — достижение соглашения, приемлемого для обеих сторон. Ни одна из сторон не имеет абсолютной власти над способностью другой принимать решения и действовать в отношении своих конфликтующих интересов в ходе переговоров. По этой причине переговоры являются необходимостью и требуют участия обеих сторон.

Кроме того, ожидания участников переговоров из разных культур могут не соответствовать предпочтениям друг друга, что может привести к тому, что они неправильно поймут аргументы друг друга. Участники переговоров могут попытаться убедить другую сторону принять их собственное условие при заранее определенном культурном понимании, в то время как результаты распределения обычно не идеальны.

Участники переговоров должны искать компромиссы между различиями и выбором, и это как раз и является основой интеграции любого соглашения, которое является оптимальным выбором, когда между двумя сторонами существуют культурные различия.

Они стремятся прийти к взаимно удовлетворительному решению на основе сохранения своих традиционных культурных предпочтений.

Поведение людей на переговорах, как правило, является стратегическим, и эти стратегии могут основываться на культуре. Культура заставляет социальные нормы развиваться постепенно, и функциональная спецификация может институционализироваться, чтобы способствовать социальному взаимодействию в рамках одной и той же культуры. Когда большинство людей используют эти нормы, социальные взаимодействия более эффективны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Брыжинская Г.В. Условия эффективного ведения переговоров // Глобальный научный потенциал. - 2015. - № 11(56). - С. 188-190.

2. Лебедева М.М. Вам предстоят переговоры. - М.: Экономика, 1993. - 156 с.

3. Шаленко В.Н. Исследование конфликтных ситуаций в коллективах и пути их разрешения // Актуальные проблемы психологии управления. - 2017. - № 22 (11). - С. 292-317.

4. Шарков Ф.И. Общая конфликтология: Учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков, В.И. Сперанский. - М.: Дашков и К, 2016. - 240 с.

5. Эсаулова И.А., Нагибина Н.И. «Токсичный» персонал: проблемы и методы управления // Управленец. - 2017. -№ 5 (69). - С. 58-71.