

as per your query. If satisfied, you may give order for supply of goods as per your requirement. After receiving the items, if you find that the product is defective or damaged, you may lodge a complaint. These are the few instances in which business correspondence takes place. Types of business letters: business inquiry letter; quotation letter; order letter; complaint letter; recovery letter.

Understanding of the principles of business correspondence is one of the most fundamental tasks for any business professional. For instance, during a job search, using business correspondence is a great way to follow-up after an interview and build a network of referrals. Similarly, businesses use business correspondence to develop a professional relationship with their customers. Alternatively known as customer correspondence, this form of communication is an effective way of building a loyal customer base. It gives companies the ability to communicate continuously with their customers and eventually develop an understanding of their needs and wants to gain an advantage over competitors.

УДК 174:159.9

Л. Реджепова

Научный руководитель: Т.И. Гринцевич, к.ф.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Деловые переговоры частично подчиняются общим правилам ведения деловой беседы, но в некоторых аспектах имеют свои особенности¹. Так, деловая беседа, предполагающая передачу или обмен информацией и мнениями по определенным вопросам, не предусматривает в обязательном порядке принятие официальных, документально зафиксированных решений.

Деловые переговоры - это вид совместной с партнерами деятельности, направленной на решение проблемы и предусматривающий заключение договоров, сделок, контрактов. Переговоры всегда предполагают, по крайней мере, наличие двух участников, интересы которых частично совпадают, а частично - расходятся. Однако необходимо учитывать не только интересы партнеров, но и их видение проблемы, подлежащей обсуждению, отношение к переговорам, уровень их культуры и многое другое.

Американские специалисты считают переговоры "острием экономических отношений". Помимо хорошего знания предмета обсуждения необходимо владеть техникой ведения переговоров, получить определенную профессиональную подготовку.

В развитых странах большинство предпринимателей владеют техникой ведения переговоров, создана широкая сеть курсов обучения. Во многих городах США функционируют исследовательские, учебные и консультативные центры по технике ведения переговоров. Одним из пионеров изучения переговоров был профессор школы бизнеса Гарвардского университета Х. Райфа. Его перу принадлежит классическая работа "Искусство и наука переговоров". По мнению современных специалистов, предмет ведения переговоров не оказывает существенного влияния на технологию их ведения.

В США и других странах выпускается множество книг и руководств по оптимизации процесса ведения переговоров. Можно выделить книгу Роджера Фишера и Уильяма Юри "Путь к согласию", выдержавшую несколько изданий. На русский язык переведена книга О. Эрнста "Слово предоставляется вам: Практические рекомендации по ведению деловых бесед и переговоров".

Для участников переговоров главное не иметь набор готовых рецептов, а понимать, для чего нужны переговоры, какие возможности они открывают, каковы основные принципы анализа ситуаций, возникающих во время переговоров.

Чтобы переговоры стали успешными, необходимо выполнение определенных условий: существование взаимозависимости сторон, участвующих в переговорах; наличие значимых общих точек соприкосновения и стремления сторон достичь определенного понимания или соглашения (так как это для них более выгодно, чем другие альтернативы); отсутствие значительного различия в возможностях участников переговорного процесса; участие в переговорах сторон, которые реально могут принимать решения в сложившейся ситуации и способны повлиять на исход события.

Выделяются три стратегии деловых переговоров, которые различаются уровнем культуры партнеров; уровнем развития деловых отношений между ними и обществом в целом; методами проведения; целями и способами их достижения.

Первая стратегия – примитивные переговоры. Применяется в основном в условиях неразвитого рынка, "базара". Основной метод – "позиция торга". Главные факторы этой стратегии – эмоционально-личностные: решающими оказываются сила воли, напористость, умение скрывать свои интересы, выдавать мнимое за действительное, способность чувствовать опасность.

Вторая стратегия - стратегия баланса между жестким и мягким методами ведения деловых переговоров. Она является очень опасной, требует большого искусства, выдержки, ориентирована на достижение цели лю-

бой ценой, пренебрегая интересами партнера. Применяется она в условиях жестокой конкурентной борьбы во всех сферах предпринимательства и бизнеса.

Третья стратегия – стратегия цивилизованного рынка базируется на методе принципиальных переговоров: жестком по существу дела и мягком в отношениях между участниками. Целью переговоров является стремление найти взаимную выгоду везде, где только возможно. Там, где это невозможно, – добиться обоснованного справедливого результата. Принципиальные переговоры обеспечивают то, что и по справедливости, и по праву вы должны получить (это вам как бы гарантировано самой честностью и порядочностью участников, готовых "играть по правилам", особенно если обе стороны этих правил придерживаются). Самое главное – метод принципиальных переговоров способствует достижению взаимопонимания между деловыми людьми, даже если они принадлежат к разным культурам и цивилизациям.

Стратегии деловых переговоров – сознательно выбранные или стихийно реализуемые – определяют тактику их ведения. Тактика проявляется в умелом применении методов переговоров, последовательном прохождении их основных стадий, гибкости в оперировании технологиями.

Основными стадиями переговоров считаются три:

подготовка к переговорам; процесс их ведения; анализ результатов и выполнение достигнутых договоренностей.

UDC 316.28:33

A. Tveritina

(Republic of Belarus)

Scientific supervisor: Zakharyeva L.V., k.p.s.
Belarusian State Agrarian Technical University

STUDENTS' BUSINESS CONFERENCE AS A MULTILATERAL COMMUNICATION METHOD

Good communication is essential in business. Usually there is more than one individual that is working on a goal, and good communication will allow an exchange of ideas and concerns. There can be no team effort without communication, as it is necessary to coordinate the efforts of everyone. Bad communication can waste valuable time and effort. If a team member discovers a short cut or solves a problem, that information needs to go out to every team member so they can benefit from it and reach their goal quicker.

Multilateral communication is likely to improve speaking skills of future specialists in the field of economics. If students of the business and manage-