

УДК 395.6

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКО-АМЕРИКАНСКОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ И ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

Левшов И.А., студент гр.АОб-161, IV курс
Научный руководитель: Тюленева Т.А., к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Американские компании проявляют большой интерес к развитию торгово-экономического сотрудничества с российскими регионами. Высокая техника организации работы, способность точно оценивать время и использовать его с умом также стали характерными чертами психологии американцев. Эта тенденция, в свою очередь, заключается в укреплении организации, в которой они обладают инициативой и независимостью. У американцев есть солидные организационные способности. Американцы независимы, инициативны, настойчивы. Их желание полагаться только на собственные силы поощряется с детства.

В характере американцев много противоречий, и это результат своеобразной истории страны. Они, как правило, хлопотливы, но необходимо представить разницу между проявлением этого качества у американцев и других народов, например, у японцев или немцев. Усердие японцев – это терпение, усердие, ловкость, усердие, настойчивость, своего рода судьба. Усердие немцев – полнота, пунктуальность, аккуратность, стереотипы, добросовестность, дисциплина, дальновидность. Американская трудолюбие – это энергичная самоуверенность, неиссякаемая страсть, мужество и настойчивость, творчество и рационализация, доброта.

Темперамент американцев, в отличие от английского, яркий, но умеренный. Они веселые и жизнерадостные в обычной жизни, особенно на работе. Босс должен показать подчиненным и клиентам, покупателям, что все идет хорошо. Быть капризным – это как быть грязным. Они выражают свои чувства прямо, прямо, привыкают к улыбке. Они любят шутить, понимать юмор, знают, как смеяться над собой, но их шутки часто безобидны.

Особенности американской культуры [1]:

- карьера и материальное благополучие являются основными показателями успеха;
- также акцент на конкуренцию и высокие результаты среди друзей;
- американцы на самом деле живут во имя бизнеса;
- хороший лидер не должен консультироваться с командой и принимать все решения сам.

Что касается иностранца, то американцы могут положительно смотреть на его высокое положение в обществе, его репутацию в стране, частоту его

появления на экране телевизора. Очень ценится, если у него есть связи с лю-бым из американских университетов или издателей. Что касается иностранцев, то американцы вообще часто думают стереотипно. Так, они связывают с россиянами особый стиль одежды и произнесение смелых тостов под стакан водки. Американцы не приветствуют отличное знание английского языка и осведомленность о внутренних проблемах Соединенных Штатов в отношении.

Национальные психологические особенности каждой нации отложили свой отпечаток на этикет. То, что принято в одной стране, может нанести вред в другой стране; то, что хорошо в одних странах (в данном случае в Соединенных Штатах - улыбаться в любом случае), в других неприемлемо (например, в России - улыбающийся человек для встречи на улице воспринимается как жестокий, возникает чувство дискомфорта).

Если мы нарисуем портрет американского бизнесмена, это может быть умный и компетентный сотрудник, открытый для критики, обладающий целостным характером, солидный, способный принимать решения, хороший организатор. У него есть чувство юмора, он знает, как слушать других, он объективен, постоянно совершенствует себя, правильно использует свое время, готов к общему руководству. Самое главное, американец ценит успех. В американской делегации редко можно найти некомпетентного человека по вопросам, на которых велись переговоры. При этом, по сравнению с представителями других стран, члены американской делегации относительно независимы в принятии решений.

При решении проблемы они пытаются обсудить не только общие подходы, но и детали реализации соглашений. Часто в конце торговых соглашений американцы проявляют большую самоуверенность и даже агрессию. Это можно объяснить тем, что, как правило, они занимают слишком сильную позицию, чтобы повлиять на ход переговоров. Эти партнеры очень настойчивы в попытке достичь своих целей, и когда дело доходит до невыгодной позиции, они связывают различные вопросы с "пакетом", чтобы сбалансировать интересы сторон.

Демократия американцев в деловом общении проявляется в стремлении к неформальной атмосфере в переговорах и деловых переговорах с отказом от строгого соблюдения протокола. Как отметили многие участники и исследователи переговоров, они имеют гораздо большую степень свободы в принятии окончательного решения, чем, например, представители Франции, Японии, Китая или бывших республик Советского Союза [2].

Среди преимуществ коммуникаций с американскими партнерами можно выделить три основных фактора [3]:

1. Развитая инфраструктура. Обычные вещи, такие как банковские счета или почтовые заказы, делают бизнес намного проще.

2. Большие возможности. Американцы ценят свое время и время других, поэтому здесь они не терпят никаких проволочек и других бюрократических формальностей. Если в России много времени тратится на постоянные

звонки, встречи и утверждения, то в США все решается гораздо быстрее. В США нет "бесплатных консультаций", американцы считают, что любая работа должна быть оплачена, россияне не понимают, почему обычная маркетинговая проблема должна быть оплачена.

3. Легкий запуск. Запуск нового проекта в США довольно прост. Например, в России гораздо больше бюрократии. Иногда даже будут уместны сканы или фотографии документов, которые также могут быть подписаны в электронном виде. Единственным исключением является открытие банковского счета, все должно быть четко написано на бумаге и сертифицировано в отделении банка. То же самое касается нового клиента – вначале достаточно даже устного соглашения об условиях и оплате.

Предпринимательство в США имеет свои недостатки:

1. Каждый хочет денег. Любая, даже минимальная сумма помощи или небольшая подсказка требуют оплаты здесь.

2. Бесплезное сотрудничество с властями. Хотя государственное устройство здесь чрезвычайно развито, тем не менее взаимодействие с властями иногда может быть необоснованным.

3. Не терять бдительность. В США очень высокая конкуренция, каждый предприниматель здесь борется за свое место под солнцем.

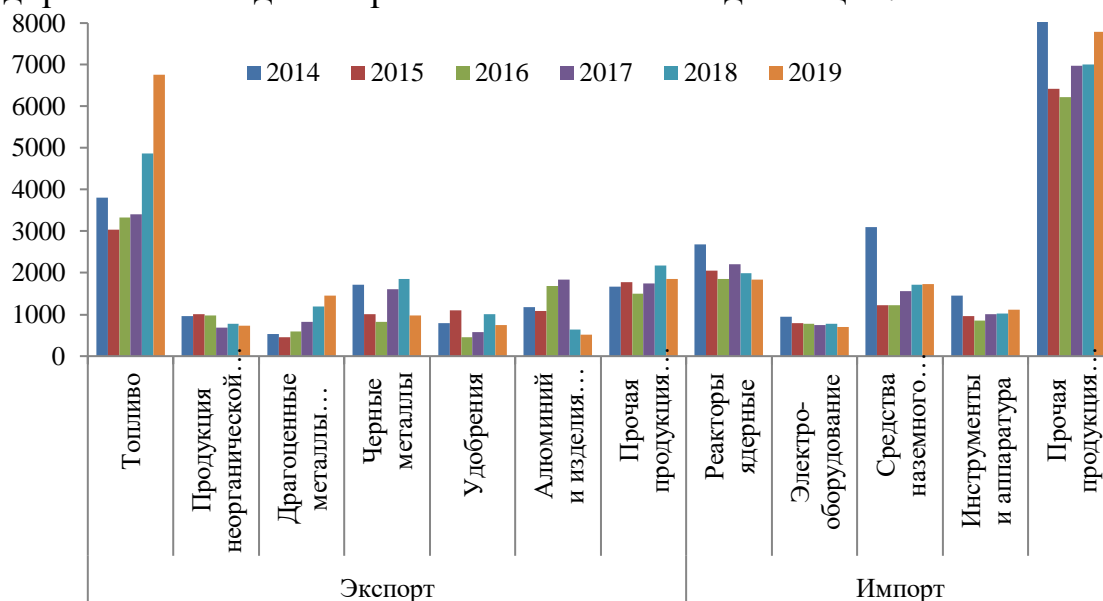


Рисунок 1. Состав российско-американского экспорта и импорта в 2014-2019 гг., млн долл. [3]

Основную долю экспорта в США из России в составляет топливо, причем по сравнению с 2014 годом его доля возросла с 36 до 51 %. Изменения в структуре экспорта в США по остальным основным товарным группам были существенны: если в 2014 году 2 место по величине удельного веса занимали черные металлы (16 %), 3 место – алюминий и изделия из него (11 %) и 4 место – продукция неорганической химии (9 %), то в 2019 году порядок распределения по 2-4 местам в структуре был следующий: драгоценные металлы, камни и изделия из них (11 %), черные металлы (7,5 %), удобрения (6 %).

Структура импорта товаров из США была относительно стабильной. Наибольший удельный вес в нем в течение всего анализируемого периода занимали реакторы ядерные и средства наземного транспорта (13-14 %).

Отношения россиян и американцев должны ориентироваться друг на друга в соответствии с их национальными потребностями. Соединенные Штаты имеют большое значение для развития России и очень привязаны к России для функционирования миропорядка [5]. Это хорошая основа для повышения двусторонних отношений на новый уровень.

Список литературы:

1. Чернышева М.А. Этика деловых отношений. М., 1988. – 250 с.
2. Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. М.: Дело, 2001.- 448 с.
3. Япп Н. Эти странные американцы. Пер. с англ. И. Тогоевой. М.: Эгмонт Россия ЛТД. 2001. - 72 с.
4. Внешняя торговля России. Режим доступа: <https://russian-trade.com/countries/> (Дата обращения 28.02.2020).
5. Особые экономические зоны как инструмент экономической безопасности Российской Федерации / Шех Ю.Н., Ерукова Е.Е., Круковская Т.А. // Экономика и эффективность организации производства. 2009. № 11. С. 70-72.