

You must document your objectives very clearly before entering the negotiation so that your position is clear in your head. You should always research whomever you will negotiate a business deals with. This research should concentrate on the company’s market position, product or service, financial position, and corporate culture.

Make a special effort to identify areas where you can offer value by adding your proposals or suggestions of where you can add value to the company. This will help you reach a “compromise” or an agreement.

When closing a deal after rounds of discussion, some agreeable terms will likely have been set. You want to be sure you’ve covered the points on your agenda before reaching your summary and conclusion.

Summarizing your goals and reaffirming what your counterpart wants will help you come to an agreement.

УДК 808.5:33

Вікторыя Пруднік, Паліна Сауль

(Рэспубліка Беларусь)

Навуковы кіраўнік Г.А. Смалянка, ст. выкладчык
Беларускі дзяржаўны аграрны тэхнічны ўніверсітэт

КРАСАМОЎСТВА Ў БІЗНЕСЕ

Красамоўства (аратарскае мастацтва) – гэта ўменне авалодаць увагай публікі з мэтай вызначанага ўздзеяння на яе ў момант публічнага маўлення. Дабіцца поспехаў у гэтай сферы дазваляе: пісьменная, нязмушаная і свабодная падача інфармацыі, валоданне метадыкай прыцягнення і ўтрымання ўвагі аўдыторыі. Навукоўцы вылучаюць два тыпы красамоўства: натуральнае красамоўства і аратарскае мастацтва. Першае праяўляецца ў чалавека пры звычайных жыццевых сітуацыях, не патрабуе спецыяльнай падрыхтоўкі і пэўных навыкаў. Аратарскае мастацтва набываецца паступова. Дабіцца майстэрства ў гэтай справе дазваляюць частыя публічныя выступленні, спецыяльныя метадыкі і тэхналогіі па ўдасканаленні маўлення.

Мноства прафесій мае прамую сувязь з галасавой ці гутарковай функцыяй.

Па гэтай прычыне валодаць голасам і гукавым бокам роднай мовы дастаткова важна, асабліва для людзей, якія працуюць у

розных сферах і розных прафесій. Гэта і топ-менеджары, HR-менеджары, юрысты, асістэнты і многія іншыя.

Для таго, каб рэалізаваць розныя мэты і задачы топ-менеджара, патрэбны моўныя ўменні прафесійнага характару. Голас людзей гэтай прафесіі трэба ўвесь час трэніраваць і ўдасканальваць. Зразумела, гэта немагчыма без асаблівай цяжкасці над сабой, сваім голасам, дыкцыяй і ўменнем трымаць сябе на публіцы.

Красамоўства забяспечвае для топ-менеджара:

-магчымасць з легкасцю падтрымліваць любую тэму;

-мастацкае валоданне словамі, моўнымі і фразеалагічнымі зваротамі;

-здольнасць даносіць інфармацыю да публікі, каб яна не здавалася для яе манатоннай, была займальнай.

На сённяшні дзень школы красамоўства становяцца ўсе больш запатрабаванымі ў бізнес-асяроддзі. Бо топ-менеджэры, якія з-за сваёй дзейнасці шмат маюць зносін з аўдыторыяй, павінны гаварыць хораша, упэўнена і правільна. Гэта, у сваю чаргу, садзейнічае дасягненню прыхільнасці бізнес-партнераў і кліентаў, а таксама заключэнне перспектыўных пагадненняў і кар'ернага росту. Любыя дзелавыя перамовы, прэзентацыі і форумы з'яўляюцца неад'емнай часткай бізнес-асяроддзя. Без умення пераконваць партнераў і даказваць свой пункт гледжання, бліскучая кар'ера вам не свеціць. Па гэтай прычыне красамоўства мае немалаважнае значэнне!

Маўленчая дзейнасць менеджара абумоўлена спецыфічнай для яго прафесійнай дзейнасці інтэнсіўнай маўленчай камунікацыяй і патрабуе высокага ўзроўню культуры зносін, якія ўключае ў сябе дасканалае валоданне мовай (у адпаведнасці з сучаснымі нормаў), уменне выкарыстоўваць моўныя адзінкі для пабудовы адэкватных маўленчых выказванняў з улікам сітуацыі і задач зносін, уменне выкарыстоўваць гаворку як інструмент не толькі ўздзеяння, але і ўзаемадзеяння з суразмоўцам, як інструмент генерацыі ў ім новага, творчага стаўлення да сваёй дзейнасці і да дзейнасці калег.

У дзелавой гаворцы менеджара часта сустракаюцца словы, якія не сталі агульнаўжывальнымі, але актыўна выкарыстоўваюцца ў дзелавой сферы. Гэта так званыя прафесіяналізмы, якія служаць для абазначэння розных вытворчых працэсаў, прылад вытворчасці, сыравіны, атрыманай прадукцыі і гэтак далей. У адрозненне ад

тэрмінаў, якія ўяўляюць сабой афіцыйныя навуковыя найменні спецыяльных паняццяў, прафесіяналізмы ўспрымаюцца як «паўафіцыйныя» словы, якія не маюць строгага навуковага характару.

Кожны сучасны паспяховае бізнесмен – выдатны аратар. Прадпрымальнікі, якія дасканалы валодаюць вербальнымі і невербальнымі інструментамі камунікацыі, зарабляюць значна больш сваіх абдзеленых падобнымі талентамі канкурэнтаў.

Галоўнае правіла паспяховага бізнесмена – кожнае слова ў бізнесе адыгрывае важную ролю. Уменне зачароўваць яркім публічным выступленнем, натхняць крэатыўнымі ідэямі, накіроўваць на патрэбны шлях – гэта цэлае мастацтва пленных зносін, а таксама эфектыўны інструмент для дасягнення мэты. Аваладаць гэтым мастацтвам можа любы чалавек. Галоўнае – мець вялікае жаданне і добрага коуч-трэнера.

Такім чынам, патрабаванні да аратарскай гаворкі: прастата і яснасць выкладу; паслядоўнасць і выразнасць тлумачэння; перакананасць і лагічнасць прыведзеных довадаў. Патрабаванні да формы аратарскай гаворкі: выразнае вымаўленне; нармальны і сярэдні тэмп; суразмернасць сілы голасу; змена тэмпу, уменне зрабіць паўзу, каб даць магчымасць суразмоўцу асэнсаваць сказанае вамі; багаты слоўнікавы запас і адсутнасць лішніх слоў ці выразаў.

Паспяховае дзейнасць арганізацыі, яе імідж у пэўнай ступені залежаць ад таго, наколькі правільнай мовай размаўляюць яе кіраўнікі і служачыя, наколькі граматычна і літаратурна яны вядуць перапіску. Немагчыма пераацаніць значэнне гаворкі (славеснага маўлення) для кіраўніка.

UDC 336.153.11

Rodion Pyatkin

(the Republic of Belarus)

Scientific advisor N.V. Dakuko, senior teacher
Belarusian State Agrarian Technical University

COMPETITIVE ENVIRONMENT

One thing almost all businesses have in common is competition. In order to effectively compete with each other businesses need to under-