

СЕКЦІЯ 3. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГРОШОВО–КРЕДИТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

УДК 336

*Птащенко Ліана Олександрівна,
доктор економічних наук, професор
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка*
*Чечелашвілі Майя Юрївна,
доктор економічних наук, професор
Грузинський технічний університет, м. Тбілісі*

ГАРВАРДСЬКА МОДЕЛЬ ПЕРЕГОВОРІВ У СПІВПРАЦІ БІЗНЕСУ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

Однією з проблем ефективного бізнесу для українських та грузинських підприємств є низька корпоративна культура управління, зокрема й у взаємовідносинах з контрагентами (стейкхолдерами). Будь-яке ділове спілкування в бізнесі зводиться до переговорів, а самі учасники цих переговорів мають володіти певними технологіями та уявленнями щодо меж допустимості.

Як правило, в бізнесі одна сторона нав'язує свої умови, в той час як інша – приймає їх. Ця стратегія з самого початку не дає очікуваних результатів, оскільки має безліч слабких сторін.

Але уявімо, що з самого спочатку обидві сторони (або провідна сторона) налаштована на творчу та взаємовигідну співпрацю, котра обіцяє реальні перспективи, від яких виграє кожна сторона переговорів. Саме такий підхід ведення переговорів дістав назву Гарвардської моделі переговорів, або стратегії win-win, що стає все більш популярною в світі. Модель дістала назву від своїх ідейних батьків – представників професури Гарварда Роджера Фішера та Уільяма Юрі (1981). Пізніше ідею розвинув Стівен Кові, доктор економічних наук Гарварду. У своїй книзі «Сім навичок високоєфективних людей» він зазначив, що боротьба між індивідами програє взаємовигідній співпраці [1].

Для зручності в переговорах необхідно завжди розуміти й поважати іншу сторону. За Кові, тільки той бізнесмен, який поставив себе на місце партнера, зможе повноцінно перемогти та, відповідно, досягти бажаних фінансових результатів, міцних конкурентних позицій та іміджу. Більш того, стратегія ведення переговорів win-win підходить як для вирішення локальних завдань (наприклад, рекрутинг і пошук підрядників), так і в глобальних цілях (злиття компаній, підписання великих договорів про співпрацю, купівля компаній). Варто розуміти, що принцип win-win – це не пошук компромісів. Кожна зі сторін переговорів прагне до розвитку. Взаємовигідні навчання, обмін досвідом, діловими контактами, технологіями – все це відноситься до стратегії ведення переговорів win-win [2].

Якщо одній зі сторін не цікаві інтереси іншої сторони, то ймовірність успіху стратегії ведення переговорів win-win наближається до нуля. В цьому випадку, як правило, діалог стає конструктивним за допомогою дипломатичних торгів. Таким чином можна підвести опонента до усвідомлення вигоди від задоволення інтересів усіх сторін.

Інтенсивність переговорів безпосередньо впливає на шанси успішно їх завершити. В цьому контексті застосування стратегії переговорів win-win передбачає таке:

- нагадування про спільні інтереси;
- використання довірчої форми спілкування;
- застосування жартів у межах коректності та ділового спілкування;

- вміння слухати партнера;
- регулярну демонстрацію шанобливого ставлення;
- наведення прикладів з практики.

Оскільки український та грузинський бізнес інтегрує в закордонні товарні й фінансові ринки, актуальним стає питання корпоративної культури, елементом якої є стратегія переговорів win-win. При цьому якість корпоративного управління пов'язана з людським фактором. Адже будь-який бізнес ґрунтується на наявності капіталу, і перш за все – на інтелектуальному капіталі, носієм якого є людина. Далі в ієрархічній структурі організації необхідні фінансові кошти для забезпечення власного й позикового капіталу, який є основою формування основних та обігових коштів, необхідних для бізнесу. Але підкреслимо, що найбільш важливим для успішного бізнесу є саме інтелектуальний капітал. Маючи команду професіоналів, можна з легкістю управляти власним і позиковим капіталом, мінімізуючи фінансові ризики і розв'язуючи будь-які проблеми як економічні, організаційні так і пов'язані з впливом зовнішнього середовища. Як свідчить практика, бізнес, котрий побудований на засадах корпоративної культури й етики, – це успішний бізнес, конкурентоспроможний та порівняно стабільний.

Таким чином, система організації бізнесу повинна ґрунтуватися на парадигмі корпоративної поведінки всередині організації та взаємин з контрагентами. Кожен співробітник повинен глибоко перейнятися цією парадигмою та щоденно дотримуватися певних правил і принципів корпоративної поведінки.

Ми пропонуємо концептуальну модель організації компанії, де домінуючими елементами є інтелектуальний капітал і парадигма корпоративного управління (рис. 1).

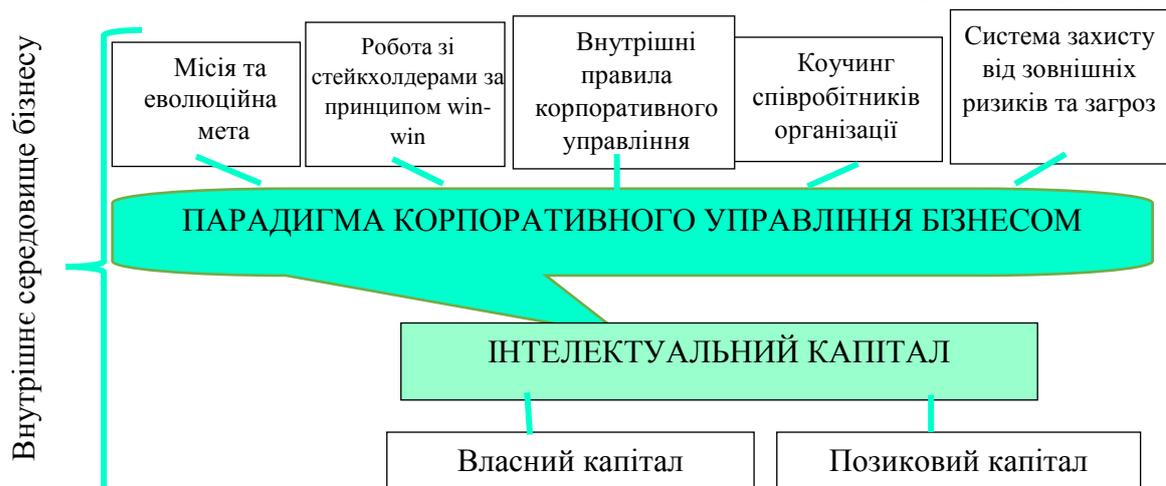


Рис. 1. Місце стратегії win-win в парадигмі корпоративного управління бізнесом

Таким чином, за Гарвардською стратегією – майбутнє, оскільки в будь-яких угодах все більше присутній фактор поваги до свого контрагента. Культура поведінки в бізнесі невблаганно підвищується.

В умовах інтеграції національного ринку в європейську й американську економіку перехід на win-win свідчить про високий рівень корпоративної культури, формує позитивний імідж будь-якого представника бізнес-спільноти.

Література

1. Фишер Р. Путь к согласию или переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри; пер. с англ. А. Гореловой. – Наука, 1992. – 158 с.
2. Gandel, Stephen. The 7 Habits Of Highly Effective People (1989), by Stephen R. Covey in The 25 Most Influential Business Management Books (англ.) // Time : journal. – 2011. – 9 August.