



**Списание за наука**

**„Ново знание“**

ISSN 2367-4598 (Online)

ISSN 1314-5703 (Print)

*Академично издателство „Талант“*

*Висше училище по агробизнес и развитие на  
регионите - Пловдив*

**New Knowledge**

**Journal of Science**

ISSN 2367-4598 (Online)

ISSN 1314-5703 (Print)

*Academic Publishing House „Talent“*

*University of Agribusiness and Rural Development  
Bulgaria*

<http://science.uard.bg>

## **BUSINESS NEGOTIATIONS**

**Aleksandra Popova**

*University of agribusiness and rural development, Plovdiv, Bulgaria*

**Abstract:** Business negotiations and conversations are the main activity in the business environment through various forms. They discuss problems between directorates, departments, customers, traders and others. A business conversation is a communication between people who are authorized by their supervisors to solve a problem. Business conversations are everyday in the practical activities of employees and managers, a kind of negotiation of needs, interests and goals subordinated to the business. To be useful, you need to have a lot of knowledge, wide awareness and research on the topic of conversation, but the main prerequisites for success are: mandatory respect and tolerance for participants, sociability and goodwill, avoidance of contemptuous tone and scathing remarks. Business negotiations require prior organization, planning, specifying the time, place and preparation.

**Keywords:** business negotiations, communications, strategies.

## ДЕЛОВИ ПРЕГОВОРИ

Александра Попова

*Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив*

**Резюме:** Деловите преговори и разговори са основната дейност в бизнес средите чрез различни форми. Чрез тях се дискутират проблеми между дирекции, отдели, с клиенти, търговци и др. Деловият разговор е комуникация между хора, които са упълномощени от своите ръководители да разрешават даден проблем. Деловите разговори са ежедневие в практическата дейност на служителите и мениджърите, своеобразно договаряне на потребности, интереси и цели, подчинени на бизнеса. За да са ползотворни, трябва да са на лице много познания, широка информираност и проучване по темата на разговор, но основните предпоставки за успех са: задължителното уважение и толерантност към участниците, проявяване на общителност и добронамереност, избягване на пренебрежителен тон и язвителни реплики. При деловите преговори се изисква предварително организиране, планиране на провеждането им, уточняване на време, място и подготовка.

**Ключови думи:** делови преговори, комуникации, стратегии.

### ВЪВЕДЕНИЕ

Практически деловите разговори имат определена цел. интереси, потребности, които са подчинени на бизнеса като цяло, трябва да се предложи оптимално решение на различни въпроси, да се разреши конкретен проблем в бизнеса, да завършат със взаимноизгодни и за двете страни споразумение или сделка. В този процес разговорите включват:

- Умение да се дискутира;
- Да се балансира един равнопоставен диалог;
- Да се задават конкретни въпроси;
- Да се формулират точни отговори;
- Да се излагат ясни становища;
- Да се защитават собствени позиции.

Деловите разговори се делят на: открити и закрити, официални и неофициални. За деловите преговори е нужна предварителна подготовка - план, организация, място и време за срещата. Тяхната цел е да се намери възможно най-ефективно решение по даден проблем в бизнеса. В бизнеса от особена важност са лоялността и коректността на водения разговор. Спорът в деловите преговори може да се избегне, но ако това не се случи, могат да се използват неговите положителни страни - например, да се разбере повече за бизнес-опонента, да се предвиди изходът от разговора, да се разберат пропуски в работата, да се направят съответни изводи и да се предприемат необходими действия. Ето защо в научната литература се отделя важно място на техниките за водене на ефективни бизнес-разговори със специфични подходи при клиенти, партньори, конкуренти, опоненти, търговци, сътрудници, мениджъри и други участници в бизнес-средата.

Думите, като най-важния инструмент на човешката комуникация, са в основата на разбирането на писмената и устната реч. Когато говорим - независимо дали това е на микрофон, в студио, в конферентна зала, на официална вечеря, трябва да се съобразяваме с аудиторията, времето и обстановката. Фатално е, ако говорим, без да търсим пряк контакт с хората пред нас, без да усещаме атмосферата в залата. Всеки има свой собствен стил на говорене, При публичното представяне (независимо дали четем или говорим) владеенето на вербалните бизнес комуникации е задължително. При подготовка и

написване на една публична реч трябва да имаме предвид изграждането на стегната и логическа структура (представяне на събитието и спонсорите, въведение, логически връзки, основна част, заключение и задаване на въпроси) и подготовка на интересни примери, факти и данни, които да използваме за аргументиране на изводите и свързване на отделните части.

Във времето на новите технологии е задължително, когато говорим, да не разчитаме само и единствено на думите си. Ще увеличим многократно въздействието на вербалната комуникация, ако ангажираме и визуално нашата аудитория. И най-добрата презентация само ще спечели, ако използваме повече визуални средства, които да разнообразяват и допълнят думите. Изборът е огромен - от класическите диапозитиви до графиките и таблиците, които ще представят по-разбираемо и по-привлекателно статистиката; от снимките до архивните документи, от видеоклипове до анимационни сечове.

### **ВОДЕНЕ НА ДЕЛОВИ ПРЕГОВОРИ**

Едни от важните белези за водене на преговори са:

- Водят се по две причини - желание за сътрудничество за дългосрочни бизнес отношения, решаване на даден проблем или конфликтна ситуация.
- Целите са за постигане на взаимни изгоди и за двете страни.
- В преговорите участват две или повече страни.
- Преговорите включват управление на материални (стоки, недвижими имоти и др.) и нематериални ресурси (време, цени, срокове, психологически мотиви и др.).
- Преговорите съдържат интердисциплинарен характер, за тях се изискват познания по международен бизнес, право, мениджмънт, финанси, психология, бизнес комуникации, етика, културология и реторика.
- Преговорите обхващат повече от един проблем.
- Преговорите са доброволна дейност, при която има взаимна изгода, правят се компромиси с цел доближаване на позициите.
- Върху преговорите оказват влияние културата, нравите, ценностната система и идеалите на участниците в преговорите.

В съвременната литература се изказват разнообразни становища относно последователността на водене на преговори. Съществува известно сходство във възгледите относно етапите, но сериозни различия се наблюдават по отношение на съдържанието на отделните етапи.

Тяхната последователност включва:

- Подготовка – информационно-проучвателни и стратегическо-технически действия.
- Начало – размяна на информация, управленски дейности, уточняване обхвата на въпросите, дневен ред, график на провеждане на преговорите, изработване на цялостна програма.
- Същинска част – излагане на позиции, тактико-маркетингови дейности, отстояване позиции, тактико-маркетингово съгласуване, отлагане, тактико-маркетингова дейност.
- Приключване – изработване на документи, установяване на следващи срещи, окончателно приключване на отношенията.

В подготовката се определят деловите цели и се разработва стратегия, избират се техниките, уточняват се въпросите и решенията. Предварителната информация, факти, данни по темата са в плюс при успешния делови преговор. Нужно е предварително да се опознае и да се направят проучвания за състава на конкурентния екип и компанията, която той представлява - нейната история, профил на развитие, финансова стабилност, бизнес етика и др. В този етап се определят целите - първостепенните и второстепенните,

количествени и качествени. На следващо място се изработва стратегия на преговорите в отговор на основните въпроси. На последно място в този етап е конкретната подготовка и организация на преговорите. Тук се определя кой ще води преговорите, кои специалисти ще участват, презентира се информация за фирмата, показват продукт или услуги на фирмата. Подготовката за предстоящите делови преговори е половината от професионално свършената работа за да бъдат те успешни.

В началото на преговорите е моментът, когато се установява ефективен контакт между страните. Възможно е да се появи известно напрежение, но то се преодолява чрез вежливо посрещане, поднасяне на освежаващи напитки, общи въпроси, свързани с повода на преговорите, след което се заемат местата на масата за преговори, приготвят се необходимите книжа, материали и документи, които ще се използват по време на преговорите. Ако може да се погледне стратегически на ситуацията, това е моментът, в който преговарящите избират местата си, ако това е възможно. По принцип, екипът, който посреща на своя територия, посочва местата на гостите. Съществуват изследвания за формалните и неформалните позиции за сядане. Посочват се по-изгодни възможности по време на преговорите според формата на масата.

- Квадратна маса е подходяща за кратък и делови разговор, също така да се изтъкнат взаимоотношенията „шеф – подчинен“.

- Кръглата маса се използва най често, когато единият от преговарящите иска да убеди опонента си. Създава се приятна и непринудена атмосфера.

- Правоъгълна маса е подходяща за да се покаже доминиращият с най-силно влияние, заел място вляво на късата страна на масата, но без да седи с гръб към вратата на залата.

Същинската част е моментът, когато бизнес колегите показват позициите си, аргументират предложенията си. Абсолютно недопустимо е да се използва груб език по време на делови преговор, да се повиши тон, отправяне на обвинения. Качеството да се преговаря значи да се владеят много добре вербалните и невербалните знаци на тялото, както и да се покаже съпричастност и уважение към проблема.

Много специалисти относно тези въпроси са разработили техники, които са доказали своята полезност и приложимост в преговорните процеси. Използването им зависи от характера на преговорите и техните обстоятелства. Някои от тях са:

- Техника „изпреварващ удар“;
- Техника „подвижни пясъци“;
- Техника „избухване на бомба“;
- Техника „смайване“;
- Техника „руски фронт“;
- Техника на вечерята;
- Техника на бързата закуска;
- Техника на „лошото и доброто момче“ и др.

Езикът на тялото играе изключително важна роля по време на бизнес преговорите. Наблюдаващият, който следи невербалните символи - поглед, усмивка, движения на ръцете и главата и др., забелязва важни елементи по време на преговорите. Друго важно качество по време на един делови преговор е това да слушаме това, което ни се говори. Като цяло преговорите са ефективен диалог с активно слушане. То изисква внимание към събеседника, стоящ зад изговорените думи. Ето някои от съветите, които са препоръчани от специалисти:

- Поддържайте зрителен контакт.
- Усмивайте се. Така отсрещният човек ще се чувства по-свободно.
- Дръжте сметка за езика на тялото, като се съобразявате със стойката и положението на ръцете ви.
- Първо слушайте, а после правете преценка и др.

Деловите преговори в тази част се характеризират с непрекъснат обмен на информация относно предложения, идеи и проблеми, като обикновено завършват с подписване на договор или сделка. На този етап мениджърите обединяват усилията, опита и знанията си в една единствена цел, а именно - да убедят „бъдещия партньор“ в конкурентоспособността на своето предложение.

Приключването е третият етап, който е логично следствие на целия комплекс от дейности. Възможни са няколко варианта на приключването при наличие на съгласие или на постигнато съгласие между партньорите по условия или сключване на сделката, отлагане на преговорите или прекратяване на преговорите поради липса на взаимен интерес. Това е краят на преговорите като комплекс от дейности по решаване на проблеми и търсене на съгласие по позициите на партньорите. От управленска гледна точка това е етапът на вземане на решение съвместно с представители от една или от различни националности. Препоръчително е решението да се потвърди с подписването на съответни документи.

В контекста на теорията на комуникациите приключването е етап или техника от комуникирането. Без значение какъв е бил изходът от деловите преговори, бизнес етиката налага да се благодари устно и писмено на партньорите, да се запазят добри отношения и да се изтъкне желание за по нататъшни контакти.

Стратегията е основен елемент на бизнес преговорите и се дели:

- Интегративна;
- Дистрибутивна;
- Стратегия на съперничество;
- Стратегия на негативно и позитивно водачество.

Главните принципи могат да се разделят на:

- Управленско – организационни;
- Комуникационни;
- Етични.

Според психологическите особености и стереотипите на националното поведение на делови преговор специалисти определят няколко национални модели:

❖ Американски модел - той е специфичен със своевременна подготовка, подчертана прагматичност, гъвкави реакции в зависимост от ситуацията.

❖ Японски модел - при него са налице деловитост, лоялност, дисциплина, привързаност към традициите, вежливост, готовност за компромиси.

❖ Европейски модел - немски, английски и френски модел. Като немския модел се характеризира с рационално мислене, съдържаност в поведението, изключителна пунктуалност. За английския - твърд делови тон и прагматичност, при французите се наблюдава предварителна договореност и по-малка самостоятелност.

❖ Акумулиращи модели - при тях се наблюдава голямо разнообразие и тактики на изчакване, ясност и точност на формулировките, съобразяване с възрастта и статуса на участниците.

Межкултурното взаимодействие при деловите преговори налага известни познания за различните национални модели и поведение. Глобализацията и бързите промени в този динамичен бизнес налагат човек своевременно да се адаптира на много класически понятия в професионалната и личната сфера.

Евентуални проблеми при деловите преговори биха възникнали в ситуации при:

- отстояване на различни позиции;
- подценяване на межкултурните различия;
- преодоляване на възникнали конфликти;
- проблеми с обкръжението.

Едно от най-полезните качества, които трябва да се притежават по време на бизнес преговорите, е търпението. Наред с упоритостта и желанието за сближаване на различни

позиции могат да помогнат комуникирането да доведе до успешен завършек.

В забързания свят, в който живеем е съвсем нормално понякога да възникнат сблъсък на интереси, да се покаже скептицизъм и безразличие. Неприемането на предложенията и компромисите за възможни отстъпки водят до една некомуникативна ситуация. Целта е неблагоприятните ситуации да се преобразят в благоприятни. Когато е налице несъвместимост между целите и интересите, явно съществуват показни или скрити причини за конфликта. За преговарящите е важно да го установяват и да формират определен подход спрямо него, което са съществени решения и действия.

Съвременната теория развива идеите за управление на конфликта, а де факто се препоръчва следването на подходящи стратегии на поведение за преодоляване на конфликта. Стратегията на деловите преговори предполага добро общуване. Съвременната теория развива идеите за управление на конфликта, а в практиката се препоръчва следването на подходящи стратегии на поведение за преодоляване на конфликта. Това са стратегия на конфронтиране, стратегия на намаляване или на избягване на конфликта, стратегия на отлагане или на протакане, стратегия на потискане или изглаждане на конфликта и стратегия на решаване на конфликта, включително и чрез протакане.

Стратегията на конфронтиране на конфликта означава нежелание за преодоляване на конфликта и на противодействието. Нейният избор предполага предварителна оценка на конфликта, степента на неговото развитие и мястото му в контекста на цялостната проблематика, която е обект на преговорите. Задължително е да се отчете възможността да се загуби и произтичащите рискове, които съпътстват конфронтацията. Това е една стратегия на негативния тип водачество, често придружена от агресивен стил и отказ от ползване на ефективни средства за общуване.

Стратегията на избягване или на преодоляване на конфликта залага на приспособяването на единия партньор спрямо другия и се провежда честна битка между тях. Разумно е да се знаят границите на търсене на решения в обществения и в културния контекст. Стратегията предполага добро общуване.

Същото се отнася и за стратегията на решаване на проблема със или без компромиси. Компромисът означава приспособяване на единия партньор спрямо другия, умението да се строят мостове и да се съдейства за трайни контакти в деловите отношения. Предполага се, че всеки един от партньорите ще предостави своя концесия, дейностите осъществявани от двамата партньори в търсене на решения, базирани на компромиса, са повтаряне на нещата, уточняване на позициите и на двете страни, открояване на различията, съществени или несъществени, и формулиране на предложения за решения.

Вероятна спънка, която би могла да възникне докато се провеждат преговорите, е астрономическото време. Ще е много трудно и психически, и физически да се вземе участие след презокеански полет или след работа през нощта. Именно тогава човешкият организъм е изтощен и е на предела на силите си. Не е препоръчително също така в седмицата веднага след смяната на часовото време да се уговарят делови преговори.

От друга гледна точка, когато става въпрос за бизнес дела и срещи, работното време не може да се съобразява с особеностите и адаптацията на човешкия организъм и психика. Именно поради тази причина много компании правят инвестиции в здравето, доброто настроение и повишаване работоспособността на своите мениджъри.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Едно от основните неща в деловите преговори е участниците да уважават своя опонент, да зачитат и уважават неговото мнение, да се целят компромисни ситуации за удовлетворяване на желанията и на двете страни и задължително поддържане на добрия тон, независимо от крайния резултат на преговорите. Необходимо е човек да е любопитен

към света около него и да следи нещата, които променят професиите и психологията на хората. Да разговаря активно за общуването, без което е немислимо да печели партньори и добри служители. Трябва да знае азбуката на ефективното общуване, изискванията на протокола и стила на добрата оферта. За постигане на по-добри резултати трябва да следи новата и полезна информация, която предлага съвременна теория и практика в сферата на бизнес комуникациите.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Асенов, К. Глобализация, урбанистична хипертрофия и икономическо развитие. Proceedings of the International scientific and practical conference "Bulgaria of regions'2019", 39-46.
2. Боева, Б. Бизнес комуникации и делови преговори, 1996 г.
3. Братанов, П. Комуникация и управление. Медиите като институция, 2007г.
4. Маринова, Ив. Бизнес комуникации в организацията, 1999 г.
5. Панайотов, Д. Психология на бизнеса, 2006 г.
6. Asenov, K., Arabska, E. Globalization and social justice in a sustainable world. III. International conference on awareness Proceedings, 5-7 December 2019, Canakkale, Turkey, 11-22.
7. <http://media-iournal.info/>