
2019

XX МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ НАУКИ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ ТА АЗІЇ

31 жовтня 2019 р.



Переяслав-Хмельницький

СЕКЦІЯ: ЕКОНОМІКА**Світлана Бестужева, Данило Таровітов
(Харків, Україна)****ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ
У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

Посилення глобалізаційних та інтеграційних викликів у міжнародному просторі актуалізує значення для підприємств–суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності необхідність та доцільність оволодіння мистецтвом ведення переговорів. До того ж успішність переговорів визначатиметься обізнаністю національних особливостей партнерів.

Теоретичною основою розуміння культури ділового спілкування у міжнародному бізнесі є теоретико-методичні розробки таких вчених як І. І. Амінов [1, с. 2015], Й. М. Гах [2, с. 62], П. Е. Герчанівська [3, с. 58], Т. Б. Гриценко [4, с. 223], Т. Г. Грушевицька, В. Д. Попков, А. П. Садохін [5, с. 317], В. Маличевський [6, с. 37], І. М. Цимбалюк [7, с. 201].

У сучасному світі кожна країна як суб'єкт світогосподарських зв'язків має свою національну культуру, яка характеризується своєю неповторністю та оригінальністю. Для ефективної організації переговорного процесу у сфері міжнародного бізнесу необхідно чітко визначитись зі стратегією та тактикою ділового спілкування.

Так, у науковій роботі І. М. Кузнецова під стратегією ділового спілкування слід розуміти процес визначення певної цілі, яка стимулює волю суб'єкта господарювання, змушує його діяти усвідомлено, інтенсивно, мобілізуючи свої знання, вміння та навички для її досягнення [6, с. 45].

Відповідно під тактикою ділового спілкування слід розглядати процес вибору певної моделі поведінки суб'єкта господарювання, яка є найбільш сприятливою для досягнення визначеної ним цілі.

У роботі Т. Б. Гриценко в якості основних засад тактики ділового спілкування визначено такі: наявність декількох варіантів поведінки в однотипній ситуації і вміння оперативними ними скористатись; недопущення конфронтації чи конфліктів у діловому спілкуванні; вміння використання механізмів людської взаємодії (прихильності, симпатії, антипатії, поваги, довіри тощо);

уважне ставлення до нових ідей, думок;
освоєння успішних в бізнесі моделей поведінки;
вміння подати себе, правильно оцінювати реакцію партнерів на висловлювання власних ідей та інтересів [4, с. 223].

Отже, стратегічний характер ділового спілкування полягає у розробці дієвих заходів взаємодії з іноземними партнерами з урахуванням крос-культурних особливостей їх діяльності.

Аналіз наукової літератури з проблематики крос-культурного спілкування у сфері міжнародного бізнесу дозволив авторам зробити висновок про відсутність єдиного підходу в узагальненні характеристик національних культур. Безперечно, це дуже складне завдання, але для підприємств–суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності воно вкрай необхідним при організації та проведенні ділових переговорів.

У науковій літературі надається класифікація національних культур за таким критерієм як ставлення представників національної культури до фактору часу, згідно з яким виокремлюють:

монохромні національні культури, представники яких особливо цінують час свій, і своїх ділових партнерів);

поліхромні національні культури, представники яких не вважають час основним фактором ефективності проведенні переговорів, але намагаються оптимізувати його – це так звані гнучкі бізнес-культури [5, с. 356, 8, с. 201].

За висловленням І. І. Амінова, одним з важливих чинників у міжкультурному спілкуванні є відмінність у поглядах на припустимість чи неприпустимість емоційності. З огляду на це розрізняють:

експресивну культуру ділових стосунків, для якої емоційність є нормою;
стриману культуру ділових стосунків, яка надає перевагу раціональним способам взаємодії [1, с. 179].

Зважаючи на те, що національні стереотипи – це спрощене, емоційно забарвлене уявлення одного народу про інший або про самого себе [6, с. 374], доцільно узагальнити індивідуальні характеристики, притаманні представникам певних країн.

Так, представники західноєвропейських індивідуалістичних культур акцентують увагу на інформації, а не на способі її донесення, їх цікавить передусім її зміст. Для них характерне лаконічне мовлення, логічно вмотивоване, послідовне, концептуально точне мислення. Така манера спілкування притаманна американцям, які у повсякденному спілкуванні використовують запитання, що не потребують обов'язкової відповіді.

Представники колективістських культур (Схід, Азія), спілкуючись між собою, звертають увагу на контекст повідомлення, особливого значення надають не лише тому, про що йдеться, а й тому, як це висловлюється. З цієї причини спілкування між представниками східних культур здається дещо розпливчастим, неконкретним, перенасиченим непрямими формами висловлень.

У міжнародному бізнесі виокремлюють арабську, азійську та американську моделі комунікативної поведінки у бізнесі, які конкретизуються відповідними національними бізнес-культурами й істотно різняться у вербальному і невербальному сенсах.

Так, арабська етика не визнає категоричних відповідей. І тому про цілковиту згоду партнера можна зробити висновок лише тоді, коли він промовить “так” не менше двох разів, оскільки араби вважають, що про щось важливе потрібно сказати кілька разів. У співбесіді араби цінують гру слів, естетику і метафоричність мови, їм подобається висловлювати одну й ту саму думку різними словами. У спілкуванні їм притаманні висока експресивність, жестикуляція та схильність перебільшувати [1, с. 185].

Представники Китаю у будь-яких ситуаціях поводяться досить стримано, їм не притаманні прояви сильних емоцій, ентузіазму. Тому, спілкуючись, варто пам'ятати, що для них є неприпустимими обнімання, плескання по спині, поцілунки, навіть легкі дотики. Як і в арабському світі, китайський бізнес зорієнтовано спочатку на стосунки, потім – на угоду. Китайці уникають слова “ні”, оскільки вважають пряму відмову образою. Тому “ні” в Китаї означає: “це питання вимагає додаткового вивчення”; “це буде важко” тощо.

У Японії, як і в Китаї, заборонено поводитися розкуто, висловлювати думку прямо і категорично. Основу японської бізнес-культури становить принцип жорсткої субординації. Як і в Китаї, статус людини тут визначається віком, рангом і статтю. Культура ділового спілкування в Японії передбачає багато обмежень, ігнорування яких пов'язане з ризиком припинення будь-яких стосунків. Японський етикет понад усе вимагає пунктуальності, поваги до статусу, відсутності будь-якої афектації у стосунках. Культура спілкування в Японії вимагає вибачення за кожну помилку. Зазвичай японці слухають співрозмовника, погоджуючись з ним, але це означає тільки те, що вони уважно слухають, а погоджуються чи ні, робити не можна жодних висновків. Як і китайці, японці вважають, що відкритий прояв емоцій є свідченням недостатньої вихованості, відсутності витримки, тому надто емоційні особи викликають у них зневагу [1, с. 195].

Слід зазначити, що бізнес-культури багатьох північних європейських країн, передусім Німеччини, Великої Британії, орієнтовані на угоду, а ділова культура європейського Півдня (Іспанії, Італії) зорієнтована на стосунки. На ділових переговорах британці стримано висловлюють свої судження.

Так як представники бізнесу Німеччини є працелюбними, педантичними діловими партнерами, які прораховують всі можливі ситуації, враховують всі нюанси, тому довгострокове співробітництво з ними можна прогнозувати з високою достовірністю. Німецькі компанії завжди досить ґрунтовно готуються до переговорів, намагаються працювати лише з надійними партнерами.

Досить експресивний та швидкий ти мовлення у представників Франції створює можливості для аргументації ними своєї точки зору з використанням нестандартних висловлювань, елегантною, вишуканою побудовою фраз. Їм імпонує почуття гумору, вони залюбки жартують, розповідають анекдоти. Можливо, тому під час ділових переговорів французи надають перевагу рідній мові.

Представники Іспанії ведуть переговори експресивно. Зазвичай обговоренню справ передуює світська бесіда: розмови про спорт, місцеві пам'ятки культури тощо. Під час переговорів іспанці покладаються на швидке мислення та спонтанність; виважене прийняття рішення, тривале обмірковування їм не властиві. Вони відрізняються багатослів'ям, тому не слід сподіватися на швидке закінчення переговорів.

Італійці розмовляють дуже швидко, миттєво реагують на будь-яку репліку, можуть здогадатися про думку партнера, яку він ще не встиг висловити, схильні переривати співрозмовника, досить імпульсивні [1, с. 215].

Американська культура ділового спілкування орієнтована на вигідне укладання зовнішньоекономічних угод через те, що американці досить прагматичні, впевнені у власних силах, жорстокі у досягненні власних цілей. В той же час вони ввічливі, тактовні, демократичні, однак дружні стосунки, що виникають у їхньому середовищі, досить формальні. [1, с. 217].

Отже, національна специфіка ділового спілкування різних країн залишаються важливими елементами міжнародного спілкування. І тому запорукою ефективного ділового спілкування між представниками різних культурних регіонів є ставлення до іншої культури як до рівноцінної.

Література:

1. Аминов И. И. Психология делового общения / И. И. Аминов. – М.: Издательство: Омега-Л, 2006. – 304 с.
2. Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник / Й. М. Гах. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 160 с.
3. Герчанівська П. Е. Культура управління: навч. посіб. / П. Е. Герчанівська. – К.: ІВЦ Видавництво “Політехніка”, 2005. – 152 с.
4. Грищенко Т. Б. Етика ділового спілкування. Навчальний посібник / Т. Б. Грищенко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
5. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин. – М.: Дашков и Ко, 2008. – 528 с.
6. Деловое общение: учеб.пособ. / сост. И. Н. Кузнецов. – М.: Дашков и Ко, 2008. – 528 с.
7. Маличевский В. Переговоры: психология, стратегия, аргументы / В. Маличевский. – Х.: Центр “Консульт”, 2007. – 128 с.
8. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: Навч. посібник / І. М. Цимбалюк. – К.: ВД “Професіонал”, 2004. – 304 с.

ЗМІСТ / СОДЕРЖАНИЕ**СЕКЦІЯ: БІОЛОГІЧНІ НАУКИ**

Алла Лазарь (Одеса, Україна) ХАРАКТЕРИСТИКА МІКРОБІОМУ ОКРЕМИХ НІШ ОРГАНІЗМУ ЛЮДИНИ.....	6
Севиндж Мамедова (Баку, Азербайджан) ВОЗДЕЙСТВИЕ ФОСФОРНОГО УДОБРЕНИЯ АММОРНОС НА КЛЕТОЧНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ КРОВИ САЗАНА.....	8

СЕКЦІЯ: ГЕОГРАФІЯ ТА ГЕОЛОГІЯ

Oleh Adamenko, Mykola Mosiuk, Mariana Kovbaniuk (Ivano-Frankivsk, Ukraine) THE ROLE OF THE STARUNIA PALEONTOLOGICAL SITE WHERE PLEISTOCENE MAMMALS HAD BEEN FOUND FOR THE WORLD ARCHAEOLOGY, QUATERNARY GEOLOGY, TOURISM, EARTHQUAKE PREDICTION, HUMAN EVOLUTION, AND ANCIENT CIVILIZATIONS.....	10
Олена Барсукова, Олена Вінницька (Одеса, Україна) ВПЛИВ ЗМІН КЛІМАТУ НА АГРОКЛІМАТИЧНІ УМОВИ ВИРОЩУВАННЯ ЯРОГО ЯЧМЕНЮ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	11
Вікторія Волик (Полтава, Україна) ЗНАЧЕННЯ ГІДРОГЕОХІМІЧНОГО МЕТОДУ ПРИ ПРОГНОЗУВАННІ ПОШУКІВ ВУГЛЕВОДНІВ.....	13
Іванна Гетманьчик, Віктор Сидорко (Київ, Україна) ЕКОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЙ.....	15

СЕКЦІЯ: ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ

Наталія Латиш (Харків, Україна) НАВЧАННЯ НЕПРАЦЮЮЧОГО НАСЕЛЕННЯ ДІЯМ У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....	18
--	----

СЕКЦІЯ: ЕКОЛОГІЯ

Віра Виноградова (Біла Церква, Україна) ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО ВИХОВАННЯ МОЛОДІ.....	20
Руслан Грамашук (Одеса, Україна) ГЛОБАЛЬНІ ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ.....	22
Анна Суїнова (Боярка, Україна) ЗМІНА КЛІМАТУ: ПРИЧИНИ, НАСЛІДКИ, ПРОГНОЗИ.....	24

СЕКЦІЯ: ЕКОНОМІКА

Світлана Бестужева, Данило Таровітов (Харків, Україна) ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ.....	26
Марія Майборода, Євген Гайкевич (Харків, Україна) ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИНИЦЬКОГО НАПРЯМУ.....	28

СЕКЦІЯ: ІСТОРІЯ

Ірина Пашенко (Вінниця, Україна) ФУНКЦІЇ ОРГАНІВ ПРОКУРАТУРИ 1922-1933 РР. НА ПОДІЛЛІ.....	30
Оксана Степанова (Переяслав, Україна) КОЗАЦЬКІ ПОВСТАННЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК У БОРОТЬБІ ЗА ДЕРЖАВНІСТЬ УКРАЇНИ (30-ті рр. XVII ст.): ІСТОРИОГРАФІЯ.....	32

СЕКЦІЯ: МЕДИЧНІ НАУКИ

Марія Пікуз (Харків, Україна) ВИБІР СКЛАДУ СИРОПУ НА ОСНОВІ СУХОГО ЕКСТРАКТУ ЧОРНОЇ СМОРОДИНИ.....	34
--	----

СЕКЦІЯ: ПЕДАГОГІКА

Наталія Мелник (Кишинёв, Республіка Молдова) ŞEDINŢA, CARACTERUL CONSTRUCTIV AL ACESTEIA THE SITTING, ITS CONSTRUCTIVE CHARACTER.....	36
Людмила Барабаш (Тернопіль, Україна) ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ НА ОСНОВІ ТВОРІВ НАТАЛІ ЗАБІЛИ.....	38
Замира Бекназарова (Ташкент, Узбекистан) ФИЗИКА ФАНИНИ УЌИТИШДА ELECTRONICS WORKBENCH КОМПЬЮТЕР ДАСТУРИДАН ФОЙДАЛАНИШ.....	40