

Можна запропонувати й гіпотезу дослідження такого змісту: в умовах розвитку Харківської області, а саме в приміських та рекреаційних територіях, що є в резерві для подальшого стійкого розвитку, можлива організація функціонально-планувальної структури енергоефективних екологічних поселень, яка повинна забезпечити цілісний містобудівний та ландшафтно-планувальний екологічний каркас структури області.

Список використаних джерел

1. Силабус курсу «Науковий семінар» 2020/2021 навчального року. URL : <http://old.nmapo.edu.ua/zagruzka/VN-MNR-5.pdf>
2. Перетворення нашого світу : Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року. URL : <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/sustainable-development-report/the-2030-agenda-for-sustainable-development.html>
3. Національна доповідь ЦСР України_липень 2017. URL : <http://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/02/201037.pdf>
4. Грабченко А. І., Федорович В. О., Гаращенко Я. М. Методи наукових досліджень: Навч. посібник. – Харків : НТУ «ХП», 2009. 142 с.
5. Стратегія розвитку Харківської області на 2021 – 2027 роки. URL : <http://www.strategy.kharkiv.ua/25-02.html>

Сидоренко Н. О., кандидат наук з державного управління, доцент,
Пасічник Т. Ю., студент,
Шелков Л. І., студент,
*Інститут підготовки кадрів
державної служби зайнятості України, м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПРИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасний глобальний світ сприяє поширенню ділових контактів між представниками різних країн. Українці не є виключенням та беруть активну участь у розвитку зовнішньоекономічних відносин.

Однак кожна країна має свої відмінності, звичаї та традиції ділового спілкування. Саме ці особливості й впливають на успішність ділової комунікації між іноземними партнерами або стають причиною припинення подальшої співпраці.

Вітчизняним фахівцям, що налагоджують чи підтримують стосунки із закордонними партнерами, потрібно мати на увазі, що деякі незрозумілі вчинки іноземців – це просто прояв іншого характеру, ментальності, традицій. Аналізуючи особливості ділового етикету, що наводяться у підручнику «Етика ділових відносин» Ю. І. Палеха, можна виділити такі характерні особливості ділової комунікації при зовнішньоекономічній діяльності, що наведено у Таблиці 1 нижче.

Етика ділових відносин: особливості ділової комунікації
[розроблено авторами]

Країна	Характерні риси ділового спілкування
Німеччина	<p>Головна особливість німецької манери вести справи – високий рівень офіційності. Німці дуже стримані й намагаються дотримуватись встановлених норм. Досить погано вони дивляться на пропозиції «провернути швидко якусь справу». Навіть плани на відпустку обумовлюють, за півроку, а то й раніш.</p> <p>Пунктуальність та розсудливість німців позначається й на етикеті знайомства. Першим, зазвичай, необхідно називати того, хто має вищий соціальний статус. Німці говорять тільки тим, з ким справді скоро будуть бачитись, а всім іншим бажають доброго ранку, дня чи вечора – так само, як і під час зустрічі [1, с. 230].</p>
Франція	<p>В діловому житті Франції велику роль грають ділові зв'язки. Контакти, зазвичай, встановлюються через посередників, які зв'язані родинними, фінансовими або дружніми відносинами з потрібною особою. Верхній ешелон ділового світу тут обмежений, незнайомих людей просто так до себе не підпускають.</p> <p>У французів не прийнято звертатися до співрозмовників по імені, якщо тільки вони самі про це не попросять. Чоловіки, як правило, обмінюються легкими рукоштовпаннями, при цьому в першу чергу жмуть руку найбільш високопоставленій особі. Французи дуже педантичні в питаннях дотримання дистанції спілкування. За винятком моменту рукоштовпання не припустимо торкатися співрозмовника руками [1, с. 236].</p>
Велика Британія	<p>В Англії не прийнято звертатись до незнайомих людей, доти, доки вас не познайомили. Рукоштовпання застосовується лише при першій зустрічі. Починати ділову розмову з англієцями треба не з предмета обговорення, а з суто людських тем: про погоду, спорт, колекціонування, дітей, домашніх тварин, садівництво.</p> <p>Англієцї дуже обережні в словах і вчинках, уникають категоричних тверджень чи заперечень, що може призвести до конфлікту думок. Вони, як правило, проявляють велику напористість, якщо йдеться про угоди, що обіцяють моментальну вигоду. Англієцькі бізнесмени уміють ретельно аналізувати ситуацію, що складається, робити коротко- і середньострокові прогнози [1, с. 250]</p>
Китай	<p>Китайцї економні, старанні, ощадливі, обережні і терпимі. Поєднують гнучкість з жорсткістю і сподіваються, що партнер також володіє цими якостями. Китайцї ведуть переговори, чітко розмежовуючи окремі етапи: початкове уточнення позицій, їх обговорення і заключний етап переговорів.</p> <p>На початковому етапі значна увага приділяється зовнішньому вигляду партнерів, манері їх поведінки, відносин усередині делегації. На цій основі китайцї намагаються визначити статус кожного з учасників переговорів.</p> <p>Надалі вони орієнтуються переважно на людей з більш високим статусом, як офіційним, так і неофіційним. Крім того, в делегації партнера вони виділяють людей, які висловлюють симпатії китайській стороні. Саме</p>

	через них китайці згодом намагаються вплинути на позицію протилежної сторони [1, с. 278].
Японія	<p>В японському національному характері дослідники виділяють такі риси, як працьовитість, розвинене естетичне почуття, дисциплінованість, відданість авторитету, ввічливість, охайність, витримка, ощадливість, допитливість. Етичні норми в Японії спираються на п'ять «китів»: людяність, обов'язок, мудрість, вірність та добру вдачу.</p> <p>Особисте знайомство з японськими бізнесменами починається з обміну візитними картками. При зустрічі варто уникати рукоштовня. Японці віддають перевагу поклонам. У традиціях ділових людей Японії уважно вислухати співрозмовника до кінця, не перебиваючи і не роблячи ніяких зауважень.</p> <p>Якщо на переговори ви не можете прийти вчасно, треба обов'язково попередити про це японську сторону, а тривалість зустрічі скоротити на час запізнення, оскільки в партнера можуть бути інші не менш важливі справи [1, с. 285].</p>
Південно-Африканська Республіка	<p>Діловий етикет вітання у ПАР схожий з європейським. Південноафриканці добре знають правила користування візитними картками. Якщо виникла необхідність привітатись, а навколо не має знайомих, хто міг би допомогти, можна просто подати руку і відрекомендуватись, чітко називаючи своє ім'я.</p> <p>Не зважаючи на досить високий рівень розвитку промисловості, науки і техніки, представники ділового світу ПАР здебільшого досить консервативні і прагматичні. Якщо південноафриканці не впевнені в партнерові, не знають його потенційних можливостей, то просто не будуть мати з ним справу [1, с. 321].</p>
Сполучені Штати Америки	<p>Американці дуже цінують свою репутацію. Бути похмурим на роботі для американця все одно що прийти у брудному одязі. В роботі американцям допомагають грубувата мова, саркастичні зауваження, гострість. Велика кількість неологізмів, якою вільно володіють їх менеджери, створює враження, що вони йдуть у ногу з часом, схильні до афоризмів, веселі й демократичні.</p> <p>Стиль спілкування американських партнерів залежить як від їх етнічного походження, так і індивідуальних рис особистості. В більшості вони експресивніші, ніж наші співвітчизники, прямолінійні, не терплять двозначності, не люблять мовчанку.</p> <p>На переговорах американці, як правило, займають жорстку позицію. Для європейців їхній стиль здається грубим, але американці так не вважають. Полюбляють вони також жарти і добре на них реагують, намагаючись підкреслити щирість і дружнє ставлення, не люблять агресивної поведінки партнера [1, с. 323].</p>
Канада	<p>У Канаді розмовляють двома мовами: англійською і французькою. Ділове знайомство відбувається традиційно – рукоштовнянням.</p> <p>Стиль ділового спілкування в Канаді практично такий же, як і в США. Але відразу відчуваєш, що маєш справу не з американцями, канадці більш толерантні, без імперських амбіцій. Вони більш схильні до певних церемоній, виваженості у спілкуванні. Ділові зустрічі канадські бізнесмени організовують здебільшого у ресторанах [1, с. 329].</p>

Звісно, наведені вище приклади не є остаточними. Ділова комунікація дуже швидко змінюється під впливом глобальних перетворень, але залишаються

певні стандарти. Наприклад, ділова мова зовнішньоекономічних контрактів – переважно англійська, і саме англійські примірники є основою для роботи у разі виникнення спірних питань. Для успішної ділової комунікації при зовнішньоекономічній діяльності, окрім національних особливостей, необхідно також враховувати багато інших аспектів: особливості міжнародної торгівлі, розподілу міжнародного ринку труда, діяльність ТНК, міжнародних фінансових структур та інше [2]. Основи ділового спілкування також є важливими не тільки для представників бізнесу, а й місцевої влади, що відповідають за залучення іноземних інвестицій, співробітництва з іноземними партнерами та міжнародними організаціями, представниками посольських та консульських установ [3; 4].

Починаючи з 2019 року, усі напрями зовнішньоекономічних відносин відчули негативний вплив наслідків всесвітньої пандемії COVID-19. Були суттєво порушені логістичні зв'язки, багато суб'єктів зовнішньоекономічних відносин скоротили поставки товарів та послуг; туристична галузь та пасажироперевезення отримали суттєві збитки. Але галузі, що змогли перейти на дистанційне обслуговування, розробити нові продукти та послуги, знайшли нові канали комунікації отримали нові можливості.

Підсумовуючи вищенаведене, можна зробити наступні висновки.

По-перше, діловий етикет, сформований протягом тривалого часу, удосконалюючись у сучасних умовах та потребах, виділив ефективні норми поведінки, що є актуальними для представників різних культур, але сприяють успіху в ділових комунікаціях.

По-друге, кожна країна має свої правила ділової комунікації, яких необхідно дотримуватись й поважати при міжнародному співробітництві. Однак, незважаючи на існуючі відмінності в традиціях й правилах у різних країнах, основні принципи залишаються постійними – повага до ділового партнера, його часу, права на особисте життя і підтримка певної дистанції при діловому спілкуванні, повага до культури та історії цієї країни.

В-третьє, негативний вплив наслідків всесвітньої пандемії COVID-19 суттєво обмежив ділову комунікацію offline та прискорив розвиток електронної комунікації (online). Це також внесло певні зміни у ділову комунікацію, а саме: дистанційну роботу, обмеження мобільності, скорочення ділових відряджень та візитів.

Отже, можна спрогнозувати, що ділова комунікація при міжнародному співробітництві буде й надалі змінювати свої форми, реагуючи на зовнішні виклики.

Список використаних джерел

1. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: Навч. посіб. К. : Кондор, 2007.
2. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. для студ. закладів вищої освіти / Т. В. Орехова, І. В. Хаджинов, М. В. Савченко та ін.; за заг. ред. Т. В. Орехової та І. В. Хаджинова. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. 463 с.

3. Сидоренко Н. О. Міжнародне співробітництво представницьких органів територіальних громад України. Територіальна громада: управління розвитком : монографія / [С. І. Чернов, О. В. Безуглий, Ю. О. Куц, Н. О. Сидоренко та ін. ; за ред. Ю. О. Куца, О. В. Решеvecь]. Х. : Константа, 2013. 540 с. С. 159 – 179.

4. Сидоренко Н.О. / Т.П. Гончаренко, Н.О. Сидоренко // Міжнародне співробітництво муніципалітетів як умова ефективного розвитку маркетингових стратегій та бренду міст. Ефективність державного управління : зб. наук. пр. ЛРІДУ НАДУ. Вип. 30 ; [за заг. ред. чл.-кор. НАН України В. С. Загорського, доц. А. В. Ліпенцева]. – Львів : Вид-во ЛРІДУ НАДУ, 2012. С. 438 – 445 – ISSN 2070-4011.

Яровицька Н. А., кандидат філософських наук,
доцент кафедри суспільно-гуманітарних дисциплін ХНУБА,
Батраков А. А., студент архітектурного факультету,
*Харківський національний університет будівництва
та архітектури, Україна*

«МОДЕЛЬ-САД»: УРБАНІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

З розвитком промислової революції в великих містах світу різко загострилися проблеми соціально-економічного та екологічного характеру. Це стало початком великих дискусій щодо можливості існування великого міста та способів покращення цього існування. Одною з перших й найвпливовіших містобудівних концепцій цієї епохи є праця англійського соціолога Ебінезера Говарда «Місто-сад».

Унікальність цієї концепції розкривається завдяки постійній рефлексії щодо феномену «міста-саду» урбаністами й у наш час. У розумінні Говарда ідеальне місто – невелика за населенням автономна структура, що повністю забезпечує усі потреби жителів незалежно від його «великих братів». Концепція вирішувала кілька питань: по-перше, створювалася б нове просторе природне середовище з новими робочими місцями; по-друге, у зв'язку з міграцією населення в нові місця вартість землі в переповнених міських агломераціях і щільність населення в них стали б падати, що зробило б можливим зайнятися більш успішним переплануванням мегаполісів.

Не дивно, що в основі геометричного каркасу такого міста – самодостатній круг, який формує радіальну систему міських відносин. Загалом схема цього міста являє собою 7 концентричних кілець (авеню), між якими малоповерхова забудова чергується з широкими парковими зонами. Геометричний центр – сад, з 6 кінців якого розходяться 6 бульварів, перетинаючи концентричні кільця паркових та житлових районів міста, доходячи до 8 (зовнішнього) кільця, по лінії якого проходить залізниця. Між зовнішнім (залізничним) кільцем та останньою – сьомою – авеню розташовані містоутворюючі підприємства. Орієнтовна кількість населення – 32000. У разі необхідності розширення міста концепція