

inshi novotvory) / I. Ya. Vdovychyn, L. Ya. Ugryn, G. V. Shypunov [ta in.]; za nauk. redakciyeyu N. Xomy. – Lviv: «Novyj Svit–2000», 2015. – S.269.

18. Kolodij A. Tak zvani novi partiyi praktychno nichym ne vidriznyayutsya vid staryx [Tekst] // Nacionalna bezpeka i oborona. – 2015. – №6–7. – S.79–81.

19. Partijna sistema pislya majdanu: naslidky i chynnyky [Tekst] // Nacionalna bezpeka i oborona. – 2015. – №6–7. – S.22.

20. Pro politychni partiyi v Ukraini [Elektronnyj resurs]: Zakon Ukrainy vid 05.04.2001 №2365–III (Redakciya vid 26.11.2016). – Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2365–14>. – Nazva z ekrana.

21. Chernyshov R. Oranzheve generaly. Kto porodil i ubil Nashu Ukrainu [Elektronnyj resurs] / R. Chernyshov // Liga. Novosti. – 2013. – 6 marta. – Rezhim dostupu: <http://news.liga.net/articles/politics/821976-oranzheve-generaly-cto-porodil-i-ubil-nashu-ukrainu.htm/section1/>. – Nazvanie s jekrana.

22. Linz J. Anti-party sentiments in Southern Europe // Political parties: Old concepts and new challenges / Gunther R., Montero J. R., Linz J. (eds). – Oxford: Oxford univ. press, 2002. – P.257–290.

Kornienko V. O., Doctor of Political Sciences, Professor, Head of social and political sciences department Vinnytsia National Technical University (Ukraine, Vinnitsa), valkorney@mail.ru

Denysiuk S. G., Doctor of Political Sciences, Professor, Director of the Institute of Social and Human Sciences Vinnytsia National Technical University (Ukraine, Vinnitsa), sg_denisiuk@mail.ru

Buriachenko O., researcher, Political Science Department of the Kyiv National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine, Kyiv), alexvin446644@mail.ru

Party ideology: is it a system of values or «public catatonia» syndrome?

The article gives theoretical and political analysis of the value of party ideology in modern Ukraine. The influence of Ukrainian political parties in shaping political senses and meanings and creating parties' political values is defined. The paper also shows the status of political parties in Ukrainian society and their ideological function. The authors determine the essence of the so-called «manipulative ideologies» and their cognitive component. They also identify further prospects for the development of political parties in arranging ideological and political life in the Ukrainian society.

Keywords: political values, political ideology, political party, political pluralism, manipulative ideology, an image of a political party, political party strength.

* * *

УДК 341.75(045)

Красніцька Г. М., кандидат історичних наук, доцент кафедри філософії та економічної теорії, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ (Україна, Вінниця), krasnitska-am@ukr.net

НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО ЕТИКЕТУ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ

Розкриваються актуальні з огляду на сучасну ситуацію етичні проблеми бізнесу та управління, серед яких етика, адміністративна етика, взаємостосунки між діловими партнерами, питання підготовки та проведення ділових зустрічей.

Ключові слова: етикет, діловий етикет, ділові відносини, європейські країни, національна культура, національні особливості ділового спілкування.

Етика бізнесу – це здійснення діяльності відповідно до етичних, тобто ціннісних (духовних) критеріїв поведінки. Відповідно культура бізнесу повинна привертати увагу, в першу чергу, до етичних та поведінкових основ бізнесу. Вона охоплює широкий спектр питань ділової етики та етикету. У кожній галузі чи сфері підприємницької діяльності існують свої правила поведінки, але майже у всіх конкретних випадках вони базуються на чесності, дотриманні законодавства та чесних і порядних взаємовідносинах з конкурентами, клієнтами, друзями.

Проблеми етики ділових відносин не є новою у науковій літературі. Етику ділових відносин розглядали Р. Ботавіна, Л. Венчер, Ю. Палеха; етикет та етику ділового спілкування досліджували І. Афанасьєв, І. Мальханова, Д. Ягер; питанням культури ділового спілкування присвятили свої праці І. Браїм, В. Здоровенко, Ф. Снелл; аспекти професійної етики досліджували А. Леонтєв, В. Лавриненко, А. Панфілова.

Метою даної статті є ознайомитись з основними правилами ділового етикету, дотримання норм етикету. Автором обгрунтовано, що діяльність кожного індивіда в соціумі значною мірою залежить від внутрішніх та зовнішніх якостей його особистості та чинників навколишнього середовища. Одним із найважливіших показників статусу та позиції людини в суспільстві є володіння правилами етикету.

Діловий етикет – це мова міжнародних, міжвідомчих та бізнес-відносин, показник стану взаємин між партнерами і державами [1].

Діловий етикет стосується культури мови, яка є першоосною спілкування. Правильна вимова, чітка дикція, приємний тембр голосу, прийнятний темп мови дозволяють підкреслити освіченість і професійність бізнесмена. Літературність і чистота мови не допускають використання слів-паразитів, нецензурних виразів. Мова завжди має відповідати ситуації, культурному і професійному рівню слухачів. Її варто збагачувати дотепними висловами, афоризмами, прислів'ями, образними порівняннями. Ділова мова передбачає лаконізм, точність і чіткість думки [8].

Європейський стиль спілкування в цілому нам, українцям, відомий і зрозумілий. Однак кожна з європейських країн має свої відмінності, звичаї та традиції ділового спілкування. 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 [2].

Розглянемо деякі національні стилі ділових стосунків [3].

Великобританія. Англійці – прагматики, вони виявляють на переговорах гнучкість і підтримують ініціативу протилежної сторони. Британці дуже вміло уникають у бесіді неприємних моментів. Вони взагалі схильні до компромісу, до недоговореності, дуже обережні в словах і вчинках, уникають категоричних тверджень чи заперечень, оскільки це може призвести до відвертого конфлікту думок. Під час переговорів варто дати англійцю зрозуміти, що загальнолюдські цінності для вас не менш важливі, ніж комерційні інтереси.

Ведучи переговори з англійськими бізнесменами підкреслюйте свої симпатії до британського народу і його ідеалів. Дайте зрозуміти, що загальнолюдські цінності для вас не менш важливі, чим комерційне інтереси.

Якщо діловий партнер запросив вас на ланч – не відмовляйтеся; обов'язково організуйте щось подібне.

У Великобританії дуже тверді вимоги до пунктуальності. Перед початком ділової зустрічі запитайте в партнера, яким кількістю часу він розташовує – так ви покажете, що цінуєте його час [7].

Німеччина. На перший погляд, німець являє собою найбільш простий і стабільний національний образ. Як відображення національного характеру німецький етикет асоціюється зі словом «порядок». Пунктуальність, старанність, дисципліна та порядок – характерні риси національного менталітету.

Велику увагу приділяють німецькі бізнесмени протоколу, використанню при звертаннях до офіційних осіб їх титулів. Тому перед початком переговорів з ними бажано уточнити титули та звання всіх учасників їхньої делегації. Значною мірою це зумовлено наявністю у багатьох менеджерів вчених звань. Більшість членів правління потужних корпорацій мають ступінь доктора наук.

Німці не дуже говіркі, стримані, прагнуть відкритості, організованості. Вирізняються вільністю думок і досить значною громадянською мужністю. Вони пишаються своїми національними традиціями, поважають державні устої та історію своєї країни. У Західній Європі діють чотири правила вишуканої поведінки: ввічливість, простота, вихованість, гідність. Особливою ознакою доброго виховання є точність в усьому.

Австрія. В країні маленьких міст, етнічної та релігійної однорідності існує глибоке почуття спільноти, яке включає в себе почуття взаємної відповідальності між компаніями та їх працівниками. Лояльність та консерватизм присутні і в ділових стосунках на зовнішньому ринку. Австрійські торговці та посередники відносяться один до одного дружелюбно, хоча й дуже обережні в переговорах, намагаються якнайдовше не показувати свою готовність до взаємодії. Вони не бояться займати чітку позицію в переговорах, однак завжди готові до змін для того, щоб досягти згоди.

До будь-якої офіційності австрійці відносяться легко і врівноважують її більш простим підходом до життя, ніж це прийнято в німців та швейцарів. Вони люблять відчувати себе безтурботними та насолоджуватися життям [4].

У діловому світі Австрії панує традиція стриманості. В столиці костюми загальноприйняті і одягаються, переважно, на вечірні зустрічі. В невеликих містах носять костюми і краватки стриманої викрійки та неяскравих відтінків. На офіційних заходах еквівалентом костюму є розкішний сирій фланелевий піджак з вишитими лацканами. В цих та інших матеріальних аспектах австрійці надають перевагу якості та фірмовій торговельній марці. До будь-якої офіційності австрійці відносяться легко і врівноважують її більш простим підходом до життя, ніж це прийнято в німців та швейцарів. Тому не дивним є те, що найбільш шанованою якістю в суспільному житті та взаємовідносинах на роботі є зручне буття.

Франція. Французький етикет ділового спілкування й, зокрема, ведення комерційних переговорів вирізняється тим, що французькі підприємці намагаються уникати офіційних обговорень конкретних питань «віч-на-віч».

На переговорах французькі бізнесмени щосили намагаються зберегти свою незалежність, утім, їхнє ставлення може різко змінитися залежно від того, з ким вони мають справу. Вони орієнтуються більше на логічні докази і виходять з «найзагальніших принципів».

Французькі підприємці, бізнесмени інколи доволі жорстко ведуть переговори і, як правило, не мають «запасної позиції». Обираючи найчастіше конфронтаційний тип взаємодії, вони прагнуть при цьому зберегти чемність, ввічливість, делікатність, люб'язність у спілкуванні.

Іспанія. Іспанці намагаються бути незалежними і приймати рішення на свій розсуд. Однак це не відноситься до культури зустрічей, основними завданнями яких є, найчастіше, передача інструкцій для роботи.

Скромність цінується набагато більше, ніж наполегливість та настирливість. Демонстрування розуму, здібностей або влади цінується невисоко. Поряд з німцями та британцями, які намагаються створити враження неперевершених інтелектуалів, іспанці виглядають скромними і нерішучими. В іспанців дуже розвинуте почуття власної гідності. Все, що принижує це почуття, буде перешкоджати встановленню хороших взаємовідносин, тому важливо зрозуміти предмет їх гордості – особисті якості.

Однак відчуття впевненості в собі та особистої цінності можуть інколи сприйматись як нетерпимість до поглядів інших людей. Щодо пунктуальності в Іспанії, то затягування часу або перегляд термінів – це просто епідемія, тому, якщо будете працювати в іспанському бізнесі, не пов'язуйте його з лінівистію, бо це швидше прагнення зробити дуже багато справ в дуже короткий термін [5].

Італія. Італійські бізнесмени велике значення надають переговорам, що ведуться між людьми, котрі займають однакове становище в діловому світі та суспільстві. От чому вони прагнуть дізнатися про трудову біографію, вік, посаду потенційних учасників перед діловими зустрічами.

Для представників українських ділових фірм етикет службових взаємин передбачає:

1) не забувати, що італійські бізнесмени – маркетологи надають неабиякого значення налагодженню приятельських, неформальних стосунків із іноземними партнерами, особливо у позаслужбовий час;

2) оскільки італійці дуже пишаються своєю країною як колискою багатьох видів мистецтв і ремесел, вияв поваги і знань у цій сфері завжди справляють сприятливе враження і вможливають створення атмосфери довіри і доброзичливості;

3) знати, що в спірних питаннях італійці прагнуть розумної поступки, у виняткових випадках намагаються вдаватися до послуг арбітражу;

4) необхідно знати деякі особливості італійського характеру в різних районах Італії та їхні відмітні риси в темпераменті, діловому хисті, навіть у тонкощах мови [7].

Крім того італійці надають чималого значення неформальним відносинам і із задоволенням проводять зустрічі з партнерами у неслужбовий час. Крім того, багато питань італійці вважають за краще обговорювати в неофіційній обстановці, наприклад, у ресторанах, барах, кафе.

Висновки і пропозиції. Діловий етикет сформувався протягом тривалого часу як результат постійного відбору правил і форм найбільш доцільного ділової поведінки, що сприяє успіху у ділових відносинах.

Внаслідок стрімкого всесвітнього процесу об'єднання і посилення економічних зв'язків відбувається

зростання ринків експорту та імпорту, багато компаній стають багатонаціональними. Діловий успіх став більшою мірою визначатися знанням і дотриманням етикету бізнесменами тих країн, з якими вони співпрацюють.

До сьогоднішнього дня зберігаються розбіжності у нормах і правилах поведінки та спілкування в різних країнах. Національні особливості, історія, клімат, історично сформовані моральні норми впливають на те, як бізнесмени одягаються, поведуться, що вважають пристойним і гідним, і що є знаком ненадійності або неповаги до ділового партнера. Однак, незважаючи на існуючі відмінності в традиціях і правилах у різних країнах, основні принципи залишаються постійними – повага до ділового партнера і його часу, повагу її права на особисте життя і підтримка певної дистанції при діловому спілкуванні, повага до культури та історії цієї країни.

Список використаних джерел

1. Культура фахового мовлення: навч. посібник / за ред. Н. Д. Бабич. – Чернівці: Книги–ХІІ, 2012.
2. Етика ділових відносин: навч. посібник / за ред. Ю. І. Палеха. – Київ: Кондор, 2006.
3. Калашник Г. М. Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету: навч. посібник / Калашник Г. М. – К.: Знання, 2009.
4. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування: 2-е вид. / Шеломенцев В. М. – К.: Лібра, 2011.
5. Южин В. І. Полная энциклопедия этикета / Южин В. И. – М.: РИПОЛ классик, 2007.
6. Етика ділових відносин: навч. посібник / Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б., Рузакова Г. Г. – Вінниця: ВНТУ, 2011.
7. Особливості ділового етикету в зарубіжних країнах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-9047.html>
8. Красніцька Г. М. Етикет у міжнародних ділових стосунках / Г. М. Красніцька. – Київ: Гілея: науковий вісник, 2016. – №108 (5).

References

1. Kul'tura fahovogo movlennja: navch. posibnyk / za red. N. D. Babych. – Chernivci: Knygy–XII, 2012.
2. Etyka dilovyh vidnosyn: navch. posibnyk / za red. Ju. I. Paleha. – Kyi'v: Kondor, 2006.
3. Kalashnyk G. M. Vstup do dyplomatychnogo protokolu ta dilovogo etyketu: navch. posibnyk / Kalashnyk G. M. – K.: Znannja, 2009.
4. Shelomencev V. M. Etyket i suchasna kul'tura spilkuvannja: 2-e vyd. / Shelomencev V. M. – K.: Libra, 2011.
5. Juzhin V. I. Polnaja jenciklopedija jetiketa / Juzhin V. I. – M.: RIPOL klassik, 2007.
6. Etyka dilovyh vidnosyn: navch. posibnyk / Les'ko O. J., Pryshhak M. D., Zaljubiv's'ka O. B., Ruzakova G. G. – Vinnycja: VNTU, 2011.
7. Osoblyvosti dilovogo etyketu v zarubizhnyh kraj'nah [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.info-library.com.ua/books-text-9047.html>
8. Krasnic'ka G. M. Etyket u mizhnarodnyh dilovyh stosunkah / G. M. Krasnic'ka. – Kyi'v: Gileja: naukovyj visnyk, 2016. – №108 (5).

Krasnitska H. M., candidate of historical sciences, assistant professor of philosophy and economic theory, Vinnytsa trade and economic institution (Ukraine, Vinnytsa), krasnitska-am@ukr.net

National characteristics of business etiquette in European countries

The article deals with topical given the current situation ethical issues of business and management, including ethics, administrative ethics, relationships between business partners, preparation and conduct business meetings.

Keywords: *etiquette, business etiquette, business relations, European countries, national culture, national characteristics of business communication.*

* * *

УДК 32.1

Лещенко О. Я.,
заступник директора Департаменту організації заходів цивільного захисту, Державна служба України з надзвичайних ситуацій, аспірант Національного інституту стратегічних досліджень (Україна, Київ), leo@mns.gov.ua

«ГІБРИДНА ВІЙНА» ЯК НАУКОВОЙ КОНСТРУКТ: ПРОБЛЕМИ ПОШУКУ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ СУТНОСТІ

Здійснено аналіз особливостей форм та методів ведення сучасних воєнно-політичних конфліктів «гібридного типу» та їх впливу на безпеку життєдіяльності цивільного населення. Систематизовано основні специфічні ознаки таких воєнно-політичних конфліктів. Досліджується імовірність їх ескалації в умовах сучасних глобалізаційних процесів.

Ключові слова: *воєнно-політичний конфлікт, збройний конфлікт, «гібридна війна», глобальна війна, безпека життєдіяльності.*

На усіх етапах розвитку людства війни та збройні конфлікти були неодмінними його супутниками. Війни являли собою найбільш помітні віхи кожної епохи. За підрахунками вчених, за час існування на планеті людської спільноти пройшло близько 14,5 тисяч великих і малих війн, у ході яких загинули, померли від голоду, епідемій та інших причин понад 3,6 млрд. людей [19, с. 96]. Наведені цифри свідчать про колосальний вплив цього соціального явища на суспільний розвиток людства.

Початок ХХІ століття характеризується активізацією воєнно-політичних конфліктів, які відрізняються від своєї, так би мовити «традиційної» форми, – класичної тотальної війни. Різноманітність форм і методів ведення цих конфліктів, використання при цьому широкого спектру невоєнних методів тиску, поступове стирання чіткої межі між локальним воєнно-політичним конфліктом і «великою» війною поставили проблему нового розуміння сучасного воєнно-політичного конфлікту «гібридного характеру». Це свідчить про актуальність досліджень впливу сучасних воєнно-політичних конфліктів на різні сфери життя суспільства, у тому числі безпеку життєдіяльності цивільного населення.

Осмилення сутності й змісту війн, збройно-політичних конфліктів належить до проблем, які в усі часи хвилювали відомих філософів, що й дістало своє теоретичне відображення у різноманітних концепціях цих мислителів: давніх часів (Сунь-Цзи, Геракліт, Платон, Аристотель, Цицерон), Відродження (Н. Макіавеллі, Ф. Аквінський, Н. Мак'явеллі, Ж.-Ж. Руссо, І. Кантом), Нового часу (К. Клаузевіц, А. Жоміні, К. Маркс) та сучасності (Б. Александер, М. Дейві, М. ван Кревельд, Е. Тоффлер, Х. Хофмайстер, Е. Меснера).

Значний внесок у розуміння причин та перспектив розвитку воєнно-політичних конфліктів сучасності мали праці у галузі геополітики відомих аналітиків як Г. Маккіндер («Географічна вісь історії»), С. Хантингтон («Зіткнення цивілізацій»), З. Бжезинський («Велика Шахівниця») та ряд інших. Поняття «гібридна війна» сформувався у працях американських воєнних аналітиків та керівників структур воєнного управління – Ф. Хоффмана, Т. Губера, Б. Неметта, Дж. Мак Куена [23].

Серед наукових праць часів незалежної України, які досліджували сучасні збройно-політичні конфлікти,