

**Карпов Б.В.**

## **СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ ТА ФРАНЦІЇ**

Україна держава у центрі Європи, є найбільшою з усіх європейських країн. Україна – промислово-аграрна країна з переважанням продукування сировини. Вона є одним із провідних експортерів деяких видів сільськогосподарської продукції та продовольства. Господарський комплекс країни включає такі види промисловості, як видобування корисних копалин (вугілля, нафти й газу, залізної та марганцевої руд та ін.), деякі галузі машинобудування, чорна й кольорова металургія та багато інших. Україна є потужним виробником електроенергії. Налагоджено виробництво ракет-носіїв, супутників та обладнання для дослідження космосу. Україна є значним виробником військової техніки та зброї: танків; військово-транспортних літаків; зенітно-ракетних комплексів; оптичного обладнання тощо. Це, в свою чергу, робить Україну вельми цікавою у бізнесових комунікаціях.

Переваги та особливості українських бізнес-комунікацій полягають у: принциповості; самостійності; «говорять те, що думають»; вільнодумстві; готовності надати допомогу тощо.

М. Грушевський вважав, що українці мають західний тип ментальності, хоча він не відкидав і ролі східних впливів. Також до особливостей нації відносилося те, що внаслідок пізнішої кріпацької залежності, українці не були обтяжені надто великими податками й поборами, всіма верствами мали змогу навчатися грамоти та ін.

Недоліки українців при участі у бізнес-комунікаціях: надання невчасних порад; кліше; недовіра.

Українці, при всіх обмеженнях, які історично зумовлені, воліли жити за нормами свободи, причому індивідуальної свободи. Це було їхньою потребою і тією політичною програмою чи ідеалом.

Франціє є другою за величиною країною на заході Європі. Протягом останніх п'ятисот років Франція була однією з провідних країн світу з сильними культурними, науковим, економічними, військовими та політичними впливами на Європу та увесь світ. Країна має п'яту за величиною кількість світових об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО та є провідним туристичним напрямком. Франція займає високі сходинки у міжнародних рейтингах якості освіти, охорони здоров'я, тривалості життя та людського розвитку. Є членом ЄС. Це в свою чергу робить Францію вельми цікавою у бізнесових комунікаціях.

Переваги та особливості французів у бізнес-комунікаціях: розважливі; ввічливі; привітні; принципові.

Недоліки: шовіністи (через своє імперське минуле); не скажуть правди в обличчя; зарозумілі.

Схожість між Україною та Францією полягає у принциповості мов обох націй. Мова для француза і українця суттєво важлива. У українців мова залишається у державі, тоді як у французів має бути усюди бо інакше це їх ображає.

**Література:** 1.Сизонов Д. Ю. Нова медійна фразеологія в бізнес-комунікації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2015. Вип. 31. С. 44-56.

---

Роботу виконано під керівництвом професора кафедри Економіки та менеджменту Чобіток В. І.