

Отже, художньо-творча компетентність є важливим складником професії «Художник розмалювання по дереву». Це зумовлене тим, що творча професія майбутніх кваліфікованих робітників потребує відповідних знань, умінь, навичок і компетенцій з композиції, креативного вирішення професійних завдань і набуття художньо-творчого досвіду. Умовою розвитку художньо-творчої компетентності майбутніх художників розмалювання по дереву є теоретичне й практичне оволодіння засобами гармонізації художньої форми, що дозволяє компетентно використовувати такі засоби в реалізації творчого задуму, й сприяють появі цікавих, різноманітних високохудожніх творів народного мистецтва засобами Петриківського розпису. Виконуючи практичні завдання, здобувачі професійно-технічної освіти поглиблюють свої знання з композиції у сфері художнього формоутворення, напрацьовують уміння та навички, використання засобів гармонізації художньої форми, набувають досвіду складати й пов'язувати частини твору в гармонійну цілісність.

Список використаних джерел:

1. Український народний декоративний розпис: Навч. посіб. К. : Знання-прес, 2006. 228 с.
2. Альбом репродукцій із фондів Дніпропетровського художнього та історичного музеїв. Серія «Пізнавай і люби свій край» заснована у 196 році. Упоряд.-редакційна колегія. Дніпропетровськ : ВАТ «Дніпрокнига», 2001. 216 с.
3. Щолокова О. П. Філософські засади мистецької освіти. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 14: *Теорія і методика мистецької освіти* : Збірник. К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. Вип. 7 (9). С. 9–13.

АСПЕКТИ ДІЛОВОГО СПІКЛУВАННЯ ПРОЄКТНИХ МЕНЕДЖЕРІВ

Вахруцова О. Р.
(Полтава, Україна)

Науковий керівник: Школяр Сергій Петрович – кандидат технічних наук, доцент кафедри педагогічної майстерності та менеджменту імені І. А. Зязюна Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка

Рівень ділового спілкування проєктних менеджерів, відчуття ними реальних викликів сьогодення, розуміння їх на рівні понятійного апарату при боротьбі концептуальних принципів тих чи інших теоретичних моделей світових шкіл менеджменту, висувають

принципово нові вимоги до ведення проєктної діяльності в конкурентному середовищі, знаходження ними свого місця у світовому ланцюгу створення доданої вартості [1].

Обраний нашою державою стратегічний шлях на євроінтеграцію закріплений в відповідних урядових законодавчих актах, в той же час глобалізаційні процеси та пов'язані з ними соціально-економічні трансформації сучасного інформаційного суспільства, що проходять в умовах світової конкуренції на ринках товарів і послуг, вимагають координації фахівців різних рівнів для ефективного вирішення заходів проєктів і програм як державного, регіонального рівня, так і міжнародного, наднаціонального [2-4]. Проте досвід показує, що такі проєкти та програми повинні бути спрямовані не тільки в західному, а й в східному векторі. При цьому здійснення проєктної діяльності на міжнародному рівні передбачає ведення перемовин, договірних відносин на відповідному рівні, а отже врахування національних особливостей ділового спілкування.

Слід зазначити, що до сьогодення зберігаються відмінності в нормах і правилах поведінки та спілкування в різних країнах [5]. Національні особливості, історія, релігія, клімат, історично сформовані моральні норми та ін. Впливають на те, як бізнесмени одягаються, поведуться що вважають пристойним і гідним, і що є знаком ненадійності або неповаги до ділового партнера. І це багато в чому визначає успіх ділової взаємодії на міжнародному рівні. Особливо сильно це явище проявляється в так званих «країнах третього світу» або Сходу.

Розглядаючи основні характеристики етики ділового спілкування в країнах Сходу, менеджери повинні враховувати, що на Сході існують своя культура і звичаї. Східний етикет значно більше церемонний, ніж європейський, глибше йде корінням в минуле, в власні традиції і історію. Більшість країн Близького, Середнього і Далекого Сходу сформувалися на засадах давньої цивілізації і філософії світових релігій Сходу. У загальних словах, основою доктрини давньосхідної культури ділової взаємодії та комунікації є те, що окремо взята особистість не може впливати на хід світобудови, вона являє собою піщинку в світовому океані [6]. Тому найважливішим є «загальне» (країна, сім'я, родичі, суспільство), а не «приватна» (людина, особистість, особисті інтереси, особиста свобода). При цьому для «східного» учасника переговорів зовсім не обов'язково неврахування або забуття власних інтересів на угоду «західному», адже він «обраний». Тому, якщо переговори будуть складатися вдало, то, незважаючи на всю свою доброзичливість і яку він демонстрував ввічливість, «східний» парламентар з легким серцем може фігурально кажучи «обдурити» свого західного контрагента. Він же не може підвести свою сім'ю, країну, родичів, тому про «обмані» мова не йде, це лише комерційна спритність або щось близько того. Але якщо

чесність по відношенню до ділового партнера вигідна самому «східному» переговорнику, він буде виключно щирий. Західну ж традицію відкритого, довірчого і «взаємовигідного» ділового процесу східні партнери часто сприймають як невміння вести справи, а часом просто як дурість.

Розглядаючи аспекти ділового спілкування проєктних менеджерів із східними партнерами, слід зазначити, що перспективним для національного бізнесового середовища є ринок Китаю [6]. При цьому слід зазначити, що коли українські виробники хочуть розпочати бізнес у Китаї, вони натикаються на багато перешкод, зокрема стикаються з жорсткою конкуренцією. Проблема для українських виробників полягає не тільки в тому, щоб вийти на китайський ринок, але і в тому, щоб утриматися серед потужних конкурентів. Виділяють основну помилку українського бізнесу, який починає діяльність у Китаї – це поспіх, який межує з поверхневою оцінкою ринкової ситуації, з не передбаченням довгострокових перспектив. При діловому спілкуванні слід враховувати, що партнер, який квапиться, заздалегідь приречений на програшну позицію у порівнянні з китайськими компаніями. Крім того, багатьом українським компаніям не вистачає фінансової грамотності, багато з них не зовсім розуміють, як вони будуть просувати свій продукт, не володіють достатньою інформацією про специфіку китайського ринку, менталітету і суспільство. Перед веденням ділових перемовин необхідно серйозно обміркувати, чи дійсно компанія прагне вийти на китайський ринок, чи готова вона до тривалої роботи, яка в короткостроковій перспективі не приносить прибутку, потрібно провести глибокі маркетингові дослідження, визначитися з конкурентними перевагами, а потім вже приймати остаточне рішення щодо реалізації бізнес-проєкту.

Японська культура історично пов'язана з китайською. Спільність простежується в суворій ієрархії відносин старших і молодших, використанні посередників в складних і спірних питаннях, даруванні подарунків в знак подяки за послугу і допомогу. Останнє навіть може трохи шокувати європейця [7]. При діловому спілкуванні з японськими партнерами слід вважати на основні риси японського національного характеру, такі як: працьовитість, дисциплінованість, відданість традиціям, відданість авторитету, почуття обов'язку, самовладання, акуратність, глибоке розуміння краси, ввічливість, допитливість. Згідно японської моралі основа взаємин людей – взаємна залежність. Тому приналежність до тієї чи іншої групи – основа світовідчуття японця.

Звідси випливає ще одна знаменита риса японця – вірність групі, фірмі, державі, нації і супутні цьому патріотизм і самовідданість при відстоюванні їх інтересів, а також висока організованість. Японці судять про людину, перш за все, за його приналежності до тієї чи іншої групи.

Розглянуті аспекти ділового спілкування проєктних менеджерів із східними партнерами, оцінені відмінності в нормах і правилах поведінки та спілкування в деяких країнах Сходу.

Список використаних джерел:

1. Школяр С. П. Аспекти підготовки фахівців до опрацювання та аналізу базових інформаційних потоків на ринковому середовищі. *Педагогічні науки*. 2015. Вип. 12. С. 356–361.

2. Школяр С. П. Систематизація інформації про природну спадщину як елемент підготовки менеджерів у період переоцінки цінностей. *Імідж сучасного педагога*. 2017. № 1 (170). С. 37–41.

3. Школяр С. П. Особливості реалізації регіональних інноваційних програм на Полтавщині : Матеріали міжнародного круглого столу «Розбудова інноваційної інфраструктури в Україні». К., 2008. С. 104–135.

4. Школяр С. П. Інноваційний розвиток держави – комфортне життя її громадян. Тези виступу в обговоренні : Матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 20.06.07 р. «Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації» / Упор. Г. О. Андрощук, М. М. Шевченко. К. : Парламентське вид-во, 2007. С.60–62.

5. Вахрушова О. Р. Про врахування деяких методів і форм інвестування проектів КНР : Матеріали Міжн. науково-практ. конф. «Методика навчання природничих дисциплін у середній та вищій школі» (XXVIII Каришинські читання) (м. Полтава, 27-28 травня 2021 р.) / За заг. ред. проф. М. В. Гриньової. Полтава : Астроя, 2021. С. 74–76.

6. Вахрушова О. Р. Проблеми при реалізації бізнес-проектів на деяких сегментах міжнародних ринків : Матеріали XXI Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінський дискурс макаренківської педагогіки» та Всеукраїнських науково-практичних семінарів «Управлінська майстерність керівника закладу освіти», «Управління проектами у сфері науки, освіти, інновацій та інформатизації», «Управління інноваційною діяльністю в освіті та у виробництві». ПНПУ імені В. Г. Короленка. 10–11 березня 2022 р.

7. Вахрушова О. Р., Школяр С. П. Аспекти ділового спілкування в японській культурній традиції. *Ресурсно-орієнтоване навчання в «3D»: доступність, діалог, динаміка* : матеріали I Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 22-23 лютого 2021 р.). С. 129–131.

ЛУЧНІ ФІТОЦЕНОЗИ ЯК ОБ'ЄКТ ВИВЧЕННЯ РОСЛИННОГО ПОКРИВУ В ПРОЦЕСІ ПРОВЕДЕННЯ ПОЛЬОВОЇ ПРАКТИКИ З БІОЛОГІЇ

Гапон С. В., Жук М. В.
(Полтава, Україна)

Польова практика з біології (модуль «Ботаніка») відіграє важливу роль в підготовці майбутнього вчителя біології, адже вона не тільки поглиблює знання студентів, а й сприяє формуванню предметних компетентностей, практичних вмінь та навичок, які в майбутньому будуть використані у навчально-виховному процесі його педагогічної діяльності. Сучасний учитель відрізняється від учителів минулих поколінь. Адже він крім основного носія знань повинен бути, на