

ЕЛЕМЕНТИ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ДІЛОВОГО ЕТИКЕТУ МЕНЕДЖЕРА З УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

*Вахруцова О.Р., Школяр С.П.
Полтава, Україна*

Професійна культура та діловий етикет менеджера з управління проектами являються одними з його основних компетентностей. Безперечно, що 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].

Система підготовки майбутнього фахівця передбачає наявність елементів професійної культури та ділового етикету ділового спілкування як на державному, регіональному рівнях, так і міжнародному, наднаціональному [2-4]. Тому напрямки підготовки мають бути спрямовані як в західному, так і в східному векторі, враховуючи ведення перемовин, договірних відносин на відповідному рівні, а отже врахування національних особливостей ділового спілкування. На сьогодні є повне розуміння того, що 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 аспекти ділового спілкування проєктних менеджерів із східними партнерами, слід зазначити, що перспективним для національного бізнесового середовища є ринок Китаю [6]. 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.

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 / С.П. Школяр // 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 / С.П. Школяр // 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. Вахруцова 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. – 74-76.
6. Вахруцова О. Р. Проблеми при реалізації бізнес-проектів на деяких сегментах міжнародних ринків / Мат-ли XXI міжнародній науково-практичній конференції «Управлінський дискурс макаренківської педагогіки» та Всеукраїнських науково-практичних семінарах «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 року.
7. Вахруцова 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.

НАПРЯМКИ КОМАНДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ В СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

*Гапєєв А.А., Школяр С.П.
Полтава, Україна*

Напрямки командної діяльності майбутніх менеджерів в сфері маркетингу інновацій в сучасному світі досить різнопланові, формуються з метою формування та впровадження інновацій [1]. Майбутній управлінець має будувати свою діяльність на такому одним з ключових аспектів для досягнення успіху як командна робота, при цьому розуміючи, що сама команда як основна одиниця продуктивності для більшості організацій формуються на базі певних принципів [2]. Основними з них є висока продуктивність, має чітку, конкретну мету, правильне поєднання навичок, дисципліну, організованість, ентузіазм, наполегливості, обмін досвідом та моделями поведінки, регулярне та зрозуміле спілкування [3].

Важливим компонентом успішної організації команди є розуміння моделі команди, яка буде найбільш ефективною в конкретній ситуації з метою доцільного планування та чіткого окреслення очікуваних результатів. У світовій практиці визначають 5 основних моделей команд: традиційну модель, модель командного духу, передову модель, цільову модель та кібермодель (віртуальну модель) [4].

За Белбінім Р.М. напрямки командної діяльності майбутніх менеджерів в сфері маркетингу інновацій можливо формувати засновуючись на типах ролей в командах менеджерів (рис.1).