

УДК 378.6:7.012-057:316.334.23:140.8

**ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ  
МАЙБУТНЬОГО ДИЗАЙНЕРА****Олександр Федоров***Кіровоградський інститут регіонального управління та економіки  
вул. Покровська, 73, 26006 Кіровоград, Україна*

Розглянуто проблему обґрунтування основних методологічних підходів у процесі формування підприємницької культури. Запропоновано своє бачення формування підприємницької культури майбутнього дизайнера.

*Ключові слова:* підприємництво, культура, світогляд.

*Постановка проблеми.* Сучасна динамічна соціокультурна ситуація, зміна цивілізаційної парадигми, суперечливі процеси формування принципово нового – постіндустріального, інформаційного – суспільства вимагають від майбутнього фахівця мобільності та поліфункціональності. Особливо це стосується підготовки фахівців, сфера діяльності яких безпосередньо не пов'язана зі сферою бізнесу, або розробки та впровадження новітніх технологій. До цієї категорії передусім слід віднести працівників культури і мистецтва, зокрема дизайнерів. Вони, зазвичай, виявляються менше адаптованими до нових динамічних соціально-економічних реалій. Ринкові трансформації поставили на порядок денний перед закладами вищої освіти необхідність формування підприємницької культури як складової професійної культури майбутніх дизайнерів. Це завдання вимагає внесення коректив до їхньої професійної підготовки у напрямку цілеспрямованого формування таких компонентів свідомості, поведінкових норм і особистісних утворень, які дадуть їм змогу реалізувати свій творчий потенціал у суспільстві нового типу. До таких компонентів ми відносимо підприємницьку культуру як складову професійної культури дизайнера.

*Аналіз досліджень і публікацій.* Дослідники зазначають, що підготовка сучасного фахівця (адаптованого до ситуації постійних змін) перетворилася на унікальну за складністю психолого-педагогічну проблему [1; 3; 6; 10]. Нова (практично-орієнтована, некласична, гуманістична, критично-креативна) освітня парадигма змінює ролі “агентів навчального процесу”. На студентів перекладається відповідальність за їхнє навчання. Навчальний процес, який описує формула  $S \rightarrow O$  (суб'єкт – викладач, об'єкт – студент), нині не є ефективний. Студент також стає суб'єктом навчання. У нових суб'єкт-суб'єктних взаєминах викладач уже не стільки навчає, скільки допомагає студентові вчитися самостійно.  $S \leftrightarrow S$ -взаємини – це активна

співпраця, в результаті якої студент здобуває знання, набуває умінь і навичок, а викладач – майстерності. У цих стосунках спільним об'єктом для них є фах, на який спрямована співпраця. Якщо попередня парадигма передбачала головне розроблення нових програм і курсів і трансляцію їх від викладача до студентів, то нова передбачає створення атмосфери відповідальності, середовища, що стимулює самопідготовку, оцінювання знань на початку, в середині та наприкінці навчального курсу (модульні заліки), роботу з кожним студентом. Результатом буде одержання студентом “кредиту”, що засвідчує опанування ним необхідних знань, умінь і навичок, незалежно від того, де і яким чином він їх здобув. Саме тому студент повинен бути активним агентом навчального процесу, самостійного пошуку істини на підставі спілкування – комунікації, діалогу рівноправних суб'єктів педагогічного процесу. З позицій гуманістичної парадигми кінцева мета освіти полягає в повноцінності суб'єкта в діяльності, пізнанні, спілкуванні як вільної самодіяльної особистості. За новою парадигмою викладачі створюють активне навчальне середовище для студентів, але самі не обов'язково мають бути залученими до окремих форм навчальної активності. Головне – сформувати потяг і творче ставлення до навчання, створити для цього відповідні умови. Підсумком здобуття освіти, яка ґрунтується на гуманістичній парадигмі, має бути виховання особистості духовно багатой, професійно і соціально компетентної. Під соціальною компетентністю розуміють відповідність цінностей і знань, здібностей і умінь суб'єкта його реальним соціальним статусам і ролям, належний рівень культури, моральності і права, що забезпечує йому можливість ефективно взаємодіяти з людьми, соціальними інститутами і організаціями [4; 5; 7].

Принципи нової філософії освіти, які визначають пріоритет індивідуальних, особистісних інтересів над загальними, акцентують на унікальності особистості, прагненні розкрити й сформувати творчі здібності людини якнайповніше відповідають засадам *підприємницької* освіти. “Підприємницька освіта важлива не лише тим, що навчає підприємця, *що* йому треба робити, а й тим, що навчає його, *як* це треба робити. Вона навчає, що підприємництво втілює ряд демократичних і загальнолюдських цінностей і переконань відносно того, як треба (і як не треба!) чинити, як розв'язувати різні проблеми... Підприємництво, на відміну від менеджменту або будь-якої професійної діяльності, вимагає *не просто розв'язувати, а творчо розв'язувати* проблеми. Підприємець відрізняється від професіонала так само, як, наприклад, композитор — від музиканта-виконавця, або художник — від маляра. Висока освіченість, грамотність, професійність, комунікабельність, презентабельність, уміння рахувати й т. ін. — усі ті якості, що необхідні високому професіоналу або успішному менеджеру, лише підтримують

підприємницькі навички, але зовсім не рівноцінні їм (і не можуть їх замінити)” [9, с.15].

То що ж має забезпечувати формування якостей не просто фахівця, а саме людини *творчої і підприємливої*? Вже впродовж тривалого часу не вщухають дебати стосовно того, наскільки ефективними є освітні підприємницькі програми і наскільки добре ці програми готують молодих людей до самостійного дорослого життя і до “підприємливості” [2; 8].

Вельми показовими є результати дослідження Р. Гісріча [12] щодо невисокої якості підприємницької освіти в європейських країнах. Лише невелика частина із 641 статті, опублікованої у 18 часописах, “виходить з науково обґрунтованих теорій” [12, р. 245]. За твердженням Р. Гісріча, “публікації здебільшого мають нормативний характер й орієнтовані на практичних працівників або розробників політик [напрямок діяльності. – О. Ф.]; більшість учених застосовували дослідницькі підходи, засновані на індуктивних, не пов’язаних з перевіркою припущення і методах. Більшість статей мають описовий характер, і найчастіше вони з’являються в другорядній періодиці” [12, р. 248]. Спостереження Р. Гісріча підтверджує ще одне дослідження, результати якого свідчать про те, що лише 2% всіх статей про підприємництво публікують у науковій періодиці високого рівня [11].

Ефективність підприємницької освіти може забезпечити “культурологічний” підхід: “Оскільки освіта створює фундамент для культури, підприємницька освіта, як один з гарантів економічного розвитку суспільства, повинна охоплювати не лише підприємців, а й усі прошарки людства, створюючи підприємницьку культуру. Ясно, що без такої культури підприємництво в країнах з перехідною економікою не зможе ефективно розвиватися, буде зустрічати на своєму шляху труднощі і перешкоди, а енергія підприємців спрямовуватиметься в антисоціальне русло (на усунення й подолання перешкод нецивілізованими, незаконними й кримінальними методами)” [9, с. 14–15].

*Постановка завдання.* Мета статті – запропонувати своє бачення забезпечення ефективності професійної підготовки майбутнього дизайнера на засадах підприємницької культури.

*Виклад основного матеріалу.* Проаналізовані нами публікації з проблематики підготовки фахівців у вітчизняній та зарубіжній науково-педагогічній періодиці дають можливість узагальнити різні підходи до розуміння підприємницької культури.

Підприємницька культура особистості є частиною загальнолюдської культури, необхідною ланкою освітньої діяльності. Підприємницька культура особистості формується суспільством (цілеспрямовано і стихійно) і визначається потребою і здатністю здійснювати підприємницьку діяльність.

Підприємницька культура виявляється в інтересі до підприємницької діяльності, в усвідомленні її важливої ролі в соціально-економічних процесах.

Підприємницька культура виражається у наявності в людини комплексу знань, умінь, навиків і рефлексивних установок у взаємодії з ринковим середовищем.

Підприємницька культура – поняття, як можна розглядати на двох рівнях: соціальному та індивідуальному. У першому випадку підприємницьку культуру розглядають як сукупність вироблених суспільством цінностей і норм (економічних, технологічних, правових, етичних, управлінських тощо), пов'язаних з порядком організації і ведення підприємницької діяльності (бізнесу). У другому випадку – на індивідуальному рівні розгляду цього поняття – підприємницьку культуру (особистості) трактують як:

- сукупність здібностей людини здійснювати (ефективну) підприємницьку діяльність;
- сукупність усіх стійких особистісних утворень, що забезпечують здібність до здійснення підприємницької діяльності

Для визначення рівня сформованості підприємницької культури особистості називають такі:

- показники *знання* (економічні, правові, управлінські тощо);
- *уміння і навички* (вибір бізнес-ідеї, вибір форми підприємницької діяльності; уміння легалізувати бізнес; уміння скласти бізнес-план, уміння досліджувати ринок з метою просування товару) (ці уміння формуються в процесі вивчення навчальних дисциплін шляхом активних та інтерактивних методів навчання);
- *особистісні якості* (залежать від природних особливостей, формуються під впливом соціального середовища).

Отже, наявні визначення поняття “підприємницька культура” мають несталий обсяг, характеризується різним складом компонентів, унаслідок чого наявні визначення цього поняття практично не порівнювані, по-перше. По-друге, зміст конструкту “підприємницька культура” трактують по-різному через співвідношення з різними поняттями (загальнолюдська культура, освітня діяльність, підприємницька діяльність, звід правил поведінки людини тощо). На нашу думку, результатом подальшого узагальнення різних підходів до поняття “підприємницька культура” стане розуміння її як галузі культури, пов'язаної з формуванням таких світоглядних рис (як на суспільному, так і на індивідуальному рівнях), які забезпечать самореалізацію особистості в умовах нового суспільства, найхарактернішою рисою якого є динамізм, нестабільність, висока міра ризику.

На підставі аналізу науково-педагогічної літератури ми дійшли висновку, що формування підприємницької культури майбутнього дизайнера слід розглядати як складний, суперечливий і багатоетапний процес. Головні

етапи цього процесу: підприємницькі знання – підприємницьке мислення – підприємницька свідомість – підприємницький світогляд. На базі підприємницького світогляду, власне, може сформуватися такий складний феномен, як підприємницька культура.

Можна твердити, що кожен з названих етапів відповідає певному рівню формування підприємницької культури.

Кожний етап цього процесу ґрунтується на попередньому і готує базу для наступного. Усі етапи взаємопов'язані, хоч кожен із них порівняно самостійний. Між ними наявна певна наступність.

Такий підхід до формування підприємницької культури майбутнього дизайнера, який ми назвали “світоглядним”, покладений в основу розробленого нами спецкурсу “Підприємницька культура дизайнера”.

Головною метою спецкурсу є підготовка майбутнього дизайнера до продуктивного здійснення пізнавальної діяльності, успішної самореалізації в умовах підприємницького суспільства.

Головні завдання спецкурсу:

1. Формування підприємницького світогляду особистості.
2. Набуття підприємницьких знань і вмінь.

Підсумком запровадження в життя мети і завдань курсу є формування творчої вільної особистості, здатної реалізувати конституційні права людини і громадянина на самоактуалізацію, саморозвиток, самореалізацію.

Успішне впровадження до навчального процесу спецсемінару “Підприємницька культура” передбачає дотримання всіх загальнодидактичних принципів: науковості, систематичності, спадкоємності, доступності, зв'язку теорії з практикою, активності, предметності, диференційованості, індивідуалізації, міцності навчання.

Особливості спецсемінару “Підприємницька культура”:

- полідисциплінарний характер: програму спецсемінару будують не з уявлень про один з компонентів підприємницької культури, а вона синтезує досягнення наукових дисциплін. Зміст спецкурсу “Підприємницька культура” посилюється внаслідок використання потенціалу різних наук;
- прагматична спрямованість навчання, що припускає озброєння студентів знаннями і вміннями вирішення конкретних підприємницьких завдань відповідно до головних видів їхньої навчальної або професійної діяльності; блоково-модульний спосіб побудови.

До складу кожного блоку входять модулі (теми). У межах блоку склад модулів може варіюватися залежно від категорії студентів. Використання блоково-модульного принципу побудови курсу дало змогу виділити як постійну, інваріантну частину спецсемінару “Підприємницька культура”, так і варіативну, змінну частину.

*Висновки.* У новому, динамічному суспільстві, заснованому на “приватній ініціативі”, дизайнери повинні володіти не тільки високим професіоналізмом в обраній галузі діяльності, але й широким культурно-підприємницьким потенціалом, зорієнтованим на реалізацію в практиці особистісно-розвивальної стратегії.

Особливості формування підприємницької культури дизайнера пов’язані не тільки із системою спеціальних знань (за обсягом та якістю), але й з особливостями стилю діяльності, що дає змогу вчасно й адекватно реагувати на зміни в суб’єкт-суб’єктному спілкуванні із середовищем.

Процес формування підприємницької культури майбутніх дизайнерів є складним, суперечливим і багатоетапним. Підприємницькі знання, підприємницьке мислення, підприємницька свідомість, підприємницький світогляд є головними етапами цього процесу і водночас рівнями сформованості підприємницької культури. На базі підприємницького світогляду, власне, формується феномен підприємницької культури особистості, зокрема, майбутнього дизайнера.

Підприємницький компонент системи мистецької освіти дасть змогу майбутньому фахівцеві в цій галузі знайти способи компетентного вибору життєвого шляху.

1. *Балл Г. О.* Про реалізацію гуманістичних засад у розбудові освіти і педагогічної діяльності // Формування особистості майбутнього вчителя: Наук. метод. зб. / За ред. М. І. Сметанського, Р.С. Гуревича. Вінниця, 1999. С. 5–9.
2. *Гібб Алан.* Освіта майбутніх підприємців // Економічні реформи сьогодні. 1999. № 24. С. 33–40.
3. *Загвязинский В. И.* Теория обучения: современная интерпретация: Учебн. пособие для студ. высш. пед. учебн. заведений / Под ред. В. А. Сластенина. М., 2001.
4. *Зязюн І.* Три кити нової філософії освіти: гуманізація, індивідуалізація, інтеграція // Директор школи, ліцею, гімназії. 2000. № 1. С. 74–79.
5. *Корсак К.* В XXI век – с новой парадигмой национального образования // Персонал. 2000. № 1.
6. *Панфенов К. Н.* Экономическая культура: социально-педагогический аспект: Дис. ... д-ра пед. наук: 09.00.01. М., 2001.
7. *Романенко М. І.* Соціальні та парадигмально-когнітивні детермінанти розвитку сучасної освіти: Автореф. дис. ... д-ра. філос. наук / Спеціал. 09.00.10 – Філософія освіти. Дніпропетровськ, 2003.
8. *Романовський О. О.* Вища освіта на зламі тисячоліть: Кн. 1. Ефективна підприємницька освіта як фундамент економічного розвитку демократичного суспільства. К., 2000.

9. Романовський О. О. Теорія і практика зарубіжного досвіду в підприємницькій освіті України: Монографія. К., 2002.
10. Шпак О. Т. Теорія та практика підготовки педагогічних кадрів до економічного виховання школярів у системі безперервної освіти: Автореф. дис... д-ра пед. наук: 13.00.04. К., 2001.
11. Achleitner, Ann-Kristin. Brauchen wir eigentlich Entrepreneurship-Lehrstithle 7 // Die Betnebswirtschaft. 2003. Vol. 63. N 4.
12. Hisrich, Robert D. A Model for Effective Entrepreneurship Education and Research // Klaus Walterscheid, ed. Entrepreneurship in Forschung und Lehre: Festschrift fur Klaus Anderseck. Frankfurt-am-Main, 2003. P. 241–254.

### **DEVELOPING THE ENTREPRENEUR CULTURE OF THE PROSPECTIVE DESIGNER**

**Oleksandr Fedorov**

*Regional Management and Economics Institute of Kirovograd  
Pokrovs'ka Str., 73, UA-26006 Kirovograd, Ukraine*

The article is devoted to the problem of substantiating the basic methodological approaches to the development of students' entrepreneur culture. The author suggests his own vision of the prospective designer's entrepreneur culture development.

*Key words:* entrepreneur, culture, world view.

### **ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА У БУДУЩЕГО ДИЗАЙНЕРА**

**Александр Федоров**

*Кировоградский институт регионального управления и экономики  
ул. Покровская, 73, 26006 Кировоград, Украина*

Рассмотрена проблема обоснования основных методологических подходов в процессе формирования культуры предпринимательства. Предложено свое видение формирования культуры предпринимательства у будущего дизайнера.

*Ключевые слова:* предпринимательство, культура, мировоззрение.

Стаття надійшла до редколегії 11.06.2008  
Прийнята до друку 09.10.2008