

УДК 378.22:796

<https://doi.org/10.37041/2410-4434-2020-16-11>

Вадим Кушнір,

здобувач третього освітньо-наукового рівня вищої освіти ступеня доктора філософії Інституту професійно-технічної освіти Національної академії педагогічних наук України, м. Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9495-2752>
e-mail: kushnirvadim95@gmail.com

СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ WEB-ДИЗАЙНЕРІВ

Анотація. У статті обґрунтовується суть і структура підприємницької компетентності web-дизайнерів. Автором позиціонується підприємницька компетентність web-дизайнерів як інтегральна складноструктурована якість особи дизайнера, що характеризує його наміри, прагнення, устремління, готовність і здатність реалізовувати особистісний потенціал у започаткуванні власної справи та її подальшому успішному провадженні в сфері дизайну.

Автором схарактеризовано зміст і структуру підприємницької компетентності web-дизайнерів відповідно до специфічної природи дизайну як виду мистецтва, що поєднує в собі технічні прийоми (проектування, конструювання) і декоративні ефекти; творчого методу, процесу і результату художньо-технічного проектування промислових виробів, їх комплексів і систем, орієнтованого на досягнення найбільш повної відповідності створюваних об'єктів і середовища в цілому можливостям, потребам людини як утилітарним, так і естетичним.

Ключові слова: дизайн, web-дизайнер, підприємницька компетентність, структура підприємницької компетентності, структурно-змістові характеристики.

Постановка проблеми. За умов динамічної і масштабної діджиталізації українського суспільства підвищується об'єктивна

потреба у фахівцях, здатних оптимально застосовувати ресурс сучасних інтернет-технологій для виконання різнопланових професійних завдань. З-поміж таких спеціалістів провідне місце в соціумі справедливо займають web-дизайнери, які в умовах нестабільності ринку часто стикаються з проблемою професійної самореалізації та кар'єрного зростання. З одного боку, динамічно зростає соціальна затребуваність у таких фахівцях, підвищується попит на здобуття умінь і навичок із web-дизайну, а з іншого, – через нерегульованість механізмів їхньої професійної діяльності, відсутність чітких освітніх програм із набуття навичок вузьких спеціалізацій (візуальний дизайнер, верстальник, юзабіліті-фахівець тощо), web-дизайнерам доводиться долати значні утруднення у професійній самореалізації й саморозвитку. У зв'язку з цим постає необхідність у здійсненні дослідження підготовки майбутніх web-дизайнерів до підприємництва, що сприятиме їхній замозайнятості та належному рівню цивілізаційного буття в умовах ринкової економіки. Результатом такої підготовки позиціонуємо підприємницьку компетентність як інтегральну складноструктуровану якість особи web-дизайнера, що характеризує його наміри, прагнення, устремління, готовність і здатність реалізовувати особистісний потенціал у започаткуванні власної справи та її подальшому успішному провадженні в сфері дизайну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій із заначеної проблеми, викормлення невирішених її частин. Різномасштабні питання професійної підготовки майбутніх дизайнерів в Україні і світі проаналізовано у публікаціях С. Алексєєвої, І. Андрощука, Л. Базиль, І. Голода, В. Даниленка, А. Максимової, В. Орлова, Л. Оршанського, П. Прохорчук, В. Тименка, О. Фурса, С. Чирчика та ін. У наукових розвідках щодо природи web-дизайну та фахової підготовки представників цієї професії розкривається, зазвичай, суть і механізми моделювання віртуальної дійсності засобами комп'ютерної техніки (Дж. Берд, А. Гончаров, П. Макнейл, Я. Нільсен та ін.), концепції пізнання й осмислення природи віртуальної реальності крізь призму сучасної культури (Д. Бородаєв, Д. Кірсанов, А. Лебедев, В. Луков, А. Останін, В. Парненко та ін.). Питання ж щодо особливостей професійної підготовки майбутніх web-дизайнерів до підприємництва поки що лишається не дослідженим.

Мета статті полягає в обґрунтуванні сутнісних характеристик підприємницької компетентності майбутніх web-дизайнерів із урахуванням галузевої специфіки дизайну.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємництво є однією з найважливіших ознак ринкової економіки і основною передумовою розвитку народного господарства будь-якої країни. Крім цього, розвиток підприємництва країни слугує своєрідним індикатором характеру змін у зовнішньому середовищі. Ми солідарні з суспільно усталеною позицією, що позитивні зміни у зовнішньому середовищі, зокрема, в економіці країни є неможливими без розвитку підприємництва. Особливо це стосується малого підприємництва як найбільш гнучкої ланки щодо споживчого попиту. Індивідуальна споживацька поведінка, яка проявляється у диференціації попиту, розвиток новітніх технологій (у першу чергу, інформаційних і комунікаційних), глобалізація конкуренції – це далеко неповний перелік суттєвих зрушень, що відбулись останніми роками у сфері розвитку українського підприємництва. Сучасний етап розвитку економіки ґрунтується на інтелектуально-креативному потенціалі людськості, інноваціях, запровадженні новітніх досягнень науки. Рушійною силою такого розвитку справедливо визнається потенціал людини, її креативність. Стандартом успішності країни замість кількісних показників визнаються показники якості життя й умови реалізації та розвитку потенціалу людини.

Підприємництво, як особливий різновид активності людини, характеризується ініціативністю й самостійністю у виборі стратегічних напрямів, способів і методів діяльності, усвідомленням ризиків, цілісною зорієнтованістю на досягнення комерційного успіху шляхом створення новітньої продукції. Відтак, означений феномен можна розглядати як системоутворювальну ланку, поперше, загальних нормативних вимог до особистісно-професійного профілю фахівців, тактики їхньої життєвої і професійної позиції, а, по-друге, – їхньої взаємодії як суб'єктів підприємницької діяльності з суб'єктами бізнесу. У цьому контексті зауважимо, що ототожнення понять «підприємництво» і «бізнес» є помилковим. Безперечно, зазначені явища мають спільні ознаки. Однак бізнес – це значно ширше за семантикою поняття, оскільки передбачає здійснення разових комерційних угод у будь-якій сфері діяльності [13; 14;

15]. Суб'єкти бізнесу – це по-перше, підприємці, тобто особи, котрі здійснюють підприємницьку діяльність, ділова зацікавленість їх реалізується у виробництві та продажу продукції, наданні послуг тощо; по-друге, колективи підприємців і підприємницькі асоціації; по-третє, індивідуальні й колективні споживачі («споживчий бізнес»); по-четверте, працівники, трудова діяльність яких здійснюється за найманням на контрактній або іншій основі; по-п'яте, державні структури, чия ділова зацікавленість зумовлена потребою у виконанні пріоритетних, капіталомістких загальнодержавних науково-технічних програм [9; 13; 15]. До того ж, лексико-семантичний зміст поняття «бізнес», окрім підприємництва, синтезує інші види економічно-господарської діяльності – виробництво, торгівлю, фінанси, надання послуг тощо, а також охоплює й новітні різновиди економічної інтелектуально-господарської діяльності (менеджмент, маркетинг, реклама, «паблік рілейшнз», ділові комунікації, розвиток інформаційних систем, сприяння підприємництву, сервісному обслуговуванню тощо) [14; 15].

Отже, сьогодення вимагає від web-дизайнера застосування найширшого спектру здібностей, розвитку неповторних, творчих, індивідуальних та інтелектуальних якостей. Зважаючи на це, стверджуємо, що дизайн-освіта повинна орієнтуватися не лише на розвиток виробничих технологій найближчого майбутнього, але і на потреби, можливості людини досягати професійних успіхів та кар'єрного зростання, у тому числі у здійсненні підприємницької діяльності.

З'ясування стану дослідженості проблеми розвитку підприємницької компетентності в наукових працях, свідчить, що в зарубіжному науковому дискурсі підприємницьку компетентність розглядають як «спроможність особи використовувати знання, навички та особисті здібності в роботі, навчанні, професійному та особистому розвитку» та «здатність перетворювати згенеровані ідеї в конкретні дії, конкретизуючи її структуру такими складниками: творчий потенціал, готовність до інновацій і ризиків, здатність планувати і керувати проєктами для досягнення поставленої мети» [2, с. 36-37].

Означені якості є важливими для кожної людини, позаяк сприяють усвідомленню нею суті виконуваних дій, слугують підґрунтям професійної діяльності і базою для набуття більш конкретних

навичок і знань із соціальної або комерційної діяльності. Зокрема, в Європейській довідниковій системі (Key Competences for Lifelong Learning. A European Reference Framework) підприємницька компетентність трактується як «інтегрована якість, здатність особи втілювати ідеї у сферу економічного життя» [3, с. 8], що базується на креативності, творчості, інноваційності, ризику, а також спроможності планувати й організовувати підприємницьку діяльність. В українському освітньому середовищі поняття «підприємницька компетентність» вперше було офіційно використане в переліку ключових компетентностей, визначених українськими педагогами за матеріалами дискусій, організованих у рамках проекту ПРООН «Освітня політика та освіта «рівний – рівному» (уміння вчитися, громадянська, загальнокультурна, компетентність з інформаційних і комунікаційних технологій, соціальна, підприємницька, здоров'язберігаюча). У доробку вітчизняних дослідників підприємницьку компетентність особи тлумачать у зв'язку з рівнями її підготовленості до вирішення реальних підприємницьких завдань на основі набуття й реалізації: по-перше, знань у сфері економіки, маркетингу, менеджменту, права, початкового досвіду практичної підприємницької діяльності; по-друге, здатності до усвідомленого ризику, адекватного сприйняття персональної відповідальності [4]; по-третє, вміння бачити проблеми, аналізувати їх, збирати необхідну інформацію і приймати рішення [5]; по-четверте, індивідуально-особистісної якості, навички, моделі поведінки, компетенції, володіння якими сприяє успішному розв'язанню бізнес-задач і досягненню високих результатів [6]; по-п'яте, кола питань, в яких людина має авторитет, досвід для успішного здійснення відповідних видів діяльності, поведінки, що демонструє в процесі ефективного виконання завдань у бізнесі [7]; по-шосте, складного утворення, в якому інтегруються цільові установки, позитивне ставлення до підприємницької діяльності, вміння визначати цілі і розробляти програму їх досягнення, прогнозувати очікувані результати, опановувати інноваційні способи [8; 9; 10].

Отже, автори, характеризуючи сутність підприємницької компетентності, здебільшого використовують поняття «готовність до діяльності» у поєднанні з такими характерологічними ознаками «особистісна», «психологічна», «психофізіологічна» тощо, або описують її, як трикомпонентну модель, що охоплює мотивацій-

ний, когнітивний і операційний блоки. У зв'язку з цим, часто в публікаціях трапляється паралельне використання понять «готовність до підприємницької діяльності», «здатність до підприємницької діяльності», «схильність до підприємницької діяльності» тощо, які, за слушним міркуванням М. Ткаченка, інтегруються в загальній структурі підприємницької компетентності особи [10, с. 47-48]. Водночас Ю. Швалб, досліджуючи категорії компетентнісного підходу, позиціонує поняття «здатність», як власне психологічну характеристику компетентності й сукупність набутих у процесі навчання й діяльності якостей; а «здібність» – як комплекс вроджених індивідуально-особистісних властивостей. «Така редукція, – підкреслює дослідниця, – призводить до підміни термінів, за якої готовність розглядається лише як підготовленість індивіда до діяльності» [12, с. 107].

З огляду на викладене, підприємницьку компетентність розглядаємо як складноструктурований комплекс якостей особистості, що забезпечують ефективне вирішення проблем у різних сферах життя, пов'язаних із власним соціальним статусом і добробутом, розвитком суспільства та держави. Відтак роль підприємницької компетентності майбутнього дизайнера пов'язуємо з цілями самодостатку у власних вигодах заробітку, інтересах та зацікавленості тієї чи іншої теми. У плані підготовки суб'єктів до підприємницької діяльності, дизайн-освіта орієнтується на розробки зарубіжних дослідників, які базуються на чіткому розумінні особи про те, що вона обов'язково повинна вступати у підприємницькі відносини упродовж усього життя якщо не за бажанням, то за потреби.

Водночас ми усвідомлюємо, що готовність до підприємницької діяльності не є самоціллю підготовки усіх студентів. Тим більше, значна їх частина не зв'язуватиме своє майбутнє з підприємництвом.

Зважаючи на це, здатність і готовність, на нашу думку, варто розглядати як структурно-змістові елементи підприємницької компетентності майбутнього дизайнера, що характеризують його психологічний стан і слугують результатом його особистісного розвитку у процесі здійснення різних видів активності щодо започаткування і розвитку підприємницької діяльності.

У з'ясуванні суті і структури підприємницької компетентності здобувачів дизайн-освіти виходимо з розуміння web-дизайну як

особливої галузі розроблення сайтів, що передбачає графічне оформлення й проектування користувацького інтерфейсу задля забезпечення високих споживчих властивостей і естетичних якостей Internet-ресурсів. Отже, фах web-дизайнера пов'язуємо з роботою в інтернет-мережі і спрямованістю на залучення уваги користувачів, знаходження клієнтів та розвитку підприємливості.

На основі досліджень, маємо підстави стверджувати, що аналогом підприємницької діяльності майбутніх web-дизайнерів є їхня ділова активність, зорієнтована на виконання завдань зі здійснення операцій із обміну товарів, послуг між суб'єктами ринку, що пов'язані з використанням форм та методів конкретної діяльності, які утвердилися у сфері web-дизайну. Грунтуючись на розумінні підприємництва, як «ініціативної самостійної діяльності громадян, спрямованої на отримання прибутку, здійснюваної від свого імені, під свою майнову відповідальність, або від імені та під юридичну відповідальність юридичної особи» [16, с. 382], маємо підстави стверджувати, що підприємницька діяльність у галузі web-дизайну є не тільки професією, але й особливим способом життя. А тому позиціонуємо її, як складну різноаспектну інноваційно-творчу діяльність, котра виражає своєрідний стиль поведінки особи, деталізований ініціативністю й постійними пошуками ефективних способів розв'язання бізнес-задач, готовністю до ризиків, цілеспрямованістю, наполегливістю, а також гнучкістю й постійним самооновленням. Успішне її здійснення обумовлюється рівнем розвиненості підприємницької компетентності. У цьому зв'язку особистісно-професійне становлення майбутніх web-дизайнерів як потенційних підприємців розглядаємо не у площині набуття фахових, зокрема економічних, фінансових знань, умінь і навичок, а в контексті вибору ним індивідуальної життєвої траєкторії, залучення їх у соціальну групу підприємців, концептуалізації відповідних ціннісно-мотиваційних орієнтацій, переконань, що включені в суб'єктивну модель успіху в підприємстві.

Вивчення наукових праць, в яких розглядається проблема розвитку професійної компетентності і, зокрема підприємницької компетентності здобувачів професійної і вищої освіти різних кваліфікацій свідчить, що більшість авторів обґрунтовують суть підприємницької компетентності в таких інтерпретаціях:

– індивідуально-особистісна якість, сукупність навичок, володіння якими допомагає успішно вирішувати певні бізнес-завдання і досягати високих результатів (Д. Закатнов, В. Морозова, Є. Сірий, М. Ткаченко та ін.);

– коло питань, в яких людина має авторитет, досвід для успішного здійснення відповідних видів діяльності, поведінки, що демонструє в процесі ефективного виконання завдань у бізнесі (М. Вачевський, В. Дрижак, С. Іванюта, О. Падалка, О. Проценко, М. Стрельников та ін.);

– складне динамічне утворення, в якому інтегруються цільові установки, позитивне ставлення до підприємницької діяльності, вміння визначати цілі і розробляти програму їх досягнення, прогнозувати очікувані результати, опанувати інноваційні способи підприємницької діяльності (С. Алексеева, Л. Базиль, М. Вачевський, І. Гриценко, О. Земка, Л. Карамушка, О. Креденцер, О. Майковська, Г. Матукова, В. Орлов, О. Падалка, С. Прищепа та ін.).

Вивчення та узагальнення наукових праць [1; 5; 6; 7; 8; 9; 17] дало змогу диференціювати такі індивідуальні якості суб'єктів підприємницької діяльності: здатність діяти в умовах невизначеності; стійкість до фізичних і психологічних навантажень; готовність ризикувати; сподівання на успіх і уникнення невдачі; наполегливість; гнучкість; енергійність; яскраво виражене почуття особистої відповідальності; впевненість у собі; здатність до навчання; комунікативна вправність налагоджувати зв'язки і переконувати співрозмовників; ініціативність; вміння раціонально мислити в будь-яких ситуаціях; стійке бажання досягати мети. На нашу думку, кількість структурно-змістових елементів підприємницької компетентності варіюватиметься, залежно від обсягу й складності виконуваних бізнес-завдань. Проте в усіх випадках розвиненість підприємницької компетентності передбачає реалізацію сукупності якостей, здатностей і вмінь, пов'язаних із: порівнянням власних економічних інтересів і потреб із наявними матеріальними, трудовими, природними й екологічними ресурсами, інтересами й потребами інших людей і суспільства загалом; застосуванням технологій моніторингу ресурсів із метою забезпечення стійкого розвитку; здійсненню аналізу й оцінювання власних професійних можливостей, здібностями та зіставленням їх із потребами ринку праці;

складанням, реалізацією й оцінюванням самостійно підготовлених бізнес-проектів, розробленням алгоритмів і елементарних моделей дій для прийняття економічно обґрунтованих рішень; організацією власної трудової та підприємницької діяльності й ефективною працею колективу; зорієнтованістю в нормах й етиці трудових відносин; представленням та поширенням інформації про результати власної економічної діяльності та діяльності колективу. Підкреслимо, що відсутність однієї зі складових у структурі комплексу особистісних і ділових якостей, навичок, сформованість яких допомагає успішно розв'язувати бізнес-завдання і досягати високих результатів, знижує загальну компетентність особи щодо бізнес-діяльності; і навпаки: чим більшу кількість структурно-змістових складників підприємницької компетентності сформовано, тим з більшою вірогідністю індивід впорається з виконанням завдань.

Науково значимою для уточнення змістових характеристик підприємницької компетентності фахівців із web-дизайну є модель EntreComp, спроектована Об'єднаним дослідницьким центром Європейської комісії від імені Генерального директорату з питань зайнятості, соціальних справ і суспільної інтеграції. Зазначена еталонна рамка з дескрипторами результатів навчання візуалізує думку, що межі особистої та колективної підприємливості можна розширити на основі реалізації прагнення безперервного перегляду та оновлення ієрархії цінностей і не обмежується лінійною послідовністю дій індивіда на шляху до високого рівня розвитку підприємливості, пов'язаної зі здійсненням планів розпочати власну справу. Розроблення цієї моделі визнано одним із важливих заходів, обраних Європейською комісією для підтримки розвитку компетентності підприємливості у сфері освіти та зайнятості. Відтак основним показником рівня розвитку підприємницької компетентності фахівців із web-дизайну можуть бути результати навчання, котрі, згідно з рамкою EntreComp, виражають судження про те, що знає, розуміє і здатний робити індивід після закінчення навчання, визначаючи в нього рівень розвиненості підприємницької компетентності. З огляду на це, розвиток підприємницької компетентності фахівців з web-дизайну, може здійснюватися у таких площинах: «Ідеї й можливості», «Ресурси», «Трансформація в дії». У першій площині «Ідеї та можливості» суть досліджуваної якості охоплює здатності людини виявляти індивідуальні можливості (креативність, світо-

гляд, ціннісні орієнтації, позиція), критично оцінювати «чужі» та «свої» ідеї, етику й обґрунтованість мисленевих дій. У площині «Ресурси» суть підприємницької компетентності виражається у таких підсистемах: самосвідомість і самоефективність; мотивація і наполегливість; мобілізація ресурсів і інших осіб; фінансова та економічна грамотність. Стосовно умовно виокремленої площини «Трансформація в дії» зауважимо, що в ній досліджуване утворення виявляється як стан сформованості підприємницьких якостей (ініціативність; планування та управління; подолання бар'єрів, пов'язаних із неоднозначністю, невизначеністю та ризиками; співпраця з іншими; навчання через досвід). Усі три означені площини уможливають уточнення сутнісно-змістових характеристик підприємницької компетентності фахівців із web-дизайну як на етапі засвоєння основ підприємництва, так і під час їх залучення до проектної діяльності (етапи: розроблення, презентації та захисту бізнес-проектів). З-поміж основних критеріальних ознак виокремлено такі: обізнаність із інфраструктурою, кон'юнктурою й ринком праці; вміння віднаходити можливості для самозайнятості; здатність дотримуватися етики підприємництва й корпоративної культури; навички щодо планування, організації, керування діяльністю, делегування повноважень, системного аналізу, інформування, оцінювання й обліковування; лідерські якості; здатність представляти організацію і проводити переговори; працювати самостійно і в команді; оцінювати ситуацію, визначати сильні та слабкі сторони, ризикувати; брати ініціативу на себе, діяти на випередження, бути самостійним та інноваційним щодо особистого та суспільного життя, а також на роботі; мотивувати інших і бути мотивованим, рішучим у досягненні цілей [13].

Отже, узагальнюючи наукові результати критичного осмислення наведених у статті праць і дослідницьких розвідок розрізняємо два концептуально-світоглядні підходи до розуміння суті підприємницької компетентності особи:

1) сукупність ставлень, знань, умінь і навичок, пов'язаних із безпосереднім здійсненням комерційної діяльності;

2) комплекс індивідуальних рис особи (завзятість, активність, підприємливість), позитивне ставлення до бізнесу, наявність відповідних знань і навичок із підприємницької діяльності. Таким чином, підприємницька компетентність фахівців з web-дизайну

сприяє досягненню успіхів, передбачаючи глибоке розуміння ними суті виконуваних завдань і розв'язуваних проблем, а тому постає, як стійка готовність до здійснення професійної діяльності, з обов'язковим набуттям досвіду в цій сфері, формуванням умінь обирати засоби й способи діяльності, адекватні конкретним обставинам місця й часу.

Відповідно до обґрунтованої природи підприємницької компетентності фахівців з web-дизайну, її структура конкретизується мотиваційно-ціннісним, змістово-процесуальним, суб'єктно-діяльнісним, рефлексивно-оцінним компонентами. Коротко прокоментуємо їх змістові характеристики.

Мотиваційно-ціннісний компонент характеризує професійну схильність та ціннісно-світоглядну позицію фахівця щодо підприємницької діяльності в індустрії дизайну, поглиблення знань з основ підприємництва й набуття вмінь щодо складання й реалізації бізнес-планів, надаючи їй чіткого індивідуально-особистісного акценту та прагнення до самореалізації в умовах ринкової економіки, досягнення підприємницького успіху і подальшого самовдосконалення. Змістовими характеристиками компонента позиціонуємо: сукупність ціннісних орієнтацій і настанов щодо web-дизайну, надання дизайнерських послуг, розширення знань і вдосконалення умінь з організації і провадження власної бізнес-справи, самостійного вивчення ринку дизайнерських послуг і зацікавлень споживачів, генерування креативних ідей щодо підприємництва в галузі web-дизайну, складання й реалізації бізнес-планів в індустрії дизайну; професійну позицію як психологічний феномен.

Мотиви, що викликають потребу у підприємницькій діяльності, на нашу думку, є стійкими спонуками до дій. Грунтуючись на концептуальних ідеях відомого американського підприємця Р. Кійосакі, вважаємо, що мотиви до підприємницької діяльності у фахівців з web-дизайну трансформуються з їхніх потреб бути підприємливими, тобто усвідомлена потреба є поведінковим мотивом. Тому логічно стверджувати, що дії web-дизайнерів, зокрема, вибір різновиду професійної й підприємницької діяльності обумовлюється їхнім покликанням і бажаннями. Мотиваційні настанови щодо підприємницької діяльності з надання дизайнерських послуг відображають схильність фахівців із дизайнерською освітою діяти відповідним чином. Відтак схильність постає як внутрішня профе-

сійна позиція суб'єктів підприємництва щодо різних об'єктів і ситуацій, у т.ч. оточення та ділової сфери, а мотиви надають кожній ситуації підприємницької діяльності особистісного акценту.

В уточненні змістових характеристик підприємницької компетентності фахівців з web-дизайну враховуємо позицію щодо диференціації економічних, соціальних, психологічних, гуманістичних мотивів підприємницької діяльності [12, с. 152].

Економічні мотиви виявляються в прагненнях отримувати економічну вигоду шляхом досягнення успіху від перемоги або успіху, щоб вижити в умовах ринкової економіки, або того й іншого одночасно. Економічні мотиви підприємницької діяльності конкретизуються різновидами майнових мотивів, котрі спонукають до збереження/розширення переліку об'єктів володіння, розпорядження, користування, до підтримки, зміцнення вертикалі підприємницької влади і зростання адміністративного ресурсу; трудових мотивів, що пов'язані з досягненням успіхів у роботі, зростанням власної професійної конкурентоспроможності, посиленням своїх конкурентних переваг і подоланням недоліків; фінансових мотивів, що зумовлюють суб'єктів підприємницької діяльності отримувати прибутки, або спонукають збільшувати їх в результаті успішного здійснення відповідних фінансових операцій. Таким чином, прибуток слугує інтегральним мотивом підприємництва. У зв'язку з цим трапляється, що мотивацію до підприємництва зводять лише до отримання прибутку, суть якого в економіці тлумачать як різницю між ціною послуги, собівартістю товару і сукупністю витрат пов'язаних із його виробництвом та реалізацією. Проте в гуманітарних науках, і в професійній педагогіці прибуток визначається, як засіб досягнення більш важливих цілей – подальшого розвитку бізнесу чи власного збагачення. Таким чином, мотив прибутку спонукає суб'єктів підприємництва до виконання двох основних завдань: фактичне отримання доходів і їх раціональний розподіл. Водночас у сфері web-дизайну є суб'єкти підприємницької діяльності, які розглядають власну ділову активність, як різновид збагачення в галузі мистецтва. Для таких осіб постійне зростання прибутку слугує самоціллю. У типовому підприємстві мотивація притаманна переважній більшості суб'єктів бізнесу з високим рівнем розвитку ділової активності. Важливо, щоб означений тип мотивації інтегрувався з іншими мотивами і не був домінуючим.

Вилучення прибутку з обороту – невід’ємний спосіб виживання, матеріального забезпечення власне підприємців і членів їх сімей. Реалізуючи прагнення отримати дохід, будь-який підприємець ризикує залишитися без засобів існування. Усвідомлюючи це і плануючи розпочати власну справу, фахівці з web-дизайну, здебільшого, сподіваються забезпечити, передовсім, гідну життєдіяльність, а вже потім – отримання прибутку. Водночас систематичне недоотримування прибутків – типове явище у багатьох країнах із ринково-орієнтованою економікою. Особливо це стосується різних напрямів малого бізнесу, зокрема підприємництва в сфері дизайну. Однак, такі явища не завжди призводять до руйнування неприбуткових установ і втрати бізнесу. При цьому в окремих видах підприємництва неможливо не тільки максимізувати прибуток, але й взагалі отримувати його, наприклад, у некомерційній діяльності, що іноді трапляється й у дизайнерському підприємстві.

Наслідуючи концептуальні бачення Ю. Рубіна, вважаємо, що важливими рушіями започаткування і ведення власного бізнесу є соціальні мотиви, зокрема: ініціювання форм соціальної комунікації, як способу реалізації, підтримки й посилення соціальної активності особи; визнання в суспільстві, підпорядкування започаткованого бізнесу нормам права; публічне презентування особистих конкурентних переваг і досягнень; формування і зміцнення позитивної репутації; набуття знань, умінь, навичок і досвіду в соціальній сфері; вивчення досвіду успішних підприємців та адаптоване його застосування у власній діяльності [13, с. 154]. Загальними соціальними настановами фахівців із web-дизайну вважаємо їхні бажання відповідати суспільно визнаним критеріям підприємницького успіху (особистий комфорт, ділова репутація, статус суб’єкта підприємництва).

Психологічні мотиви підприємницької діяльності, як свідчить аналіз численних наукових праць, здебільшого, відображають прагнення індивіда до самоусвідомлення, ефективної самореалізації, розвитку індивідуальних якостей, самоствердження в ділових відносинах, сприяючи оптимізації міжособистісних контактів і формуванню психологічної стійкості. Психологічно виправдана поведінка суб’єкта підприємництва обумовлює формування механізмів емоційної взаємодії з іншими людьми, а також розвиток наполегливості, волі, охайності, відкритості, терпіння, послідовності в діях

тощо. Психологічні мотиви зумовлюють прагнення фахівців з web-дизайну до підприємницької поведінки і налагодження ділових стосунків у соціальній ролі підприємця.

Гуманістичні мотиви підприємницької діяльності пов'язані з реалізацією фахівцями з web-дизайну загальнолюдських функцій (глобального цілепокладання професійної діяльності; удосконалення цивілізаційного буття людства; глобального контролю за конструктивними процесами щодо розвитку культури нації; відчуття глобальної відповідальності за події, що відбуваються у світі тощо). «Якщо особа сприймає власну працю, як основне джерело доходу або засіб кар'єри, то її думки зосереджуватимуться на віднайденні найкоротших шляхів досягнення відповідно поставленої мети» [18]. Це гальмує розвиток підприємництва і самореалізацію його суб'єктів. Рушійними силами гуманістичної мотивації представників web-дизайну до підприємницької діяльності слугують їхні потреби, які мають етичний, естетичний, ідеологічний (філософський) характер. Гуманістичні мотиви охоплюють: прагнення до етичної, естетичної, ідейної самореалізації, набуття відповідних форм адекватності, ініціювання змін для встановлення нових порядків і формування нових уявлень. Означена група мотивів відображає потреби фахівців із web-дизайну в активній поведінці, домінуванні, розвитку, набутті комфорту в етичній, естетичній, ідеологічній площинах.

У взаємозв'язку з ціннісними орієнтаціями фахівців із web-дизайну осмислюємо їхню професійну позицію, в якій концентрується цілісність інтелектуально-вольових та емоційно-оцінних уявлень, ставлень, переконань щодо підприємницької діяльності та її атрибутів, поглиблення обізнаності з питань дизайнерського підприємництва. Означений складник ціннісно-мотиваційного компонента підприємницької компетентності фахівців web-дизайну забезпечує усвідомлення підприємницької діяльності в індустрії дизайну як підґрунтя самореалізації, подальшого особистісного та професійного самовдосконалення в умовах ринкової економіки. Таким чином, з-поміж мотиваторів підприємницької діяльності виокремлюємо прагнення до успіху та уникнення невдач, що характеризують мотивацію домагань web-дизайнерів. Відтак у свідомості майбутніх дизайнерів формується новоутворена психічна властивість – прагнення до розвитку власних індивідуально-

особистісних особливостей, формування ціннісних орієнтирів, настанов, переконань, світогляду. На нашу думку, саме прагнення зумовлюються ціннісними орієнтаціями, професійною позицією й підсилюють визначення цільових настанов діяльності, стимулюючи потреби в самореалізації та самовдосконаленні.

Змістово-процесуальний компонент підприємницької компетентності фахівців із web-дизайну є системною ознакою розуміння своєрідності підприємницької діяльності в індустрії web-дизайну в єдності її організаційної, комерційної, інноваційної й комунікативної складових. Змістовими характеристиками компонента вважаємо: знання суті підприємництва і підприємницької діяльності крізь призму науково-світоглядних позицій економістів, соціальних психологів, педагогів у контексті інтеграції дизайнерської і підприємницької діяльності, а також особливостей ринку послуг із web-дизайну в Україні; розуміння ефективних механізмів інтеграції зазначених вище видів діяльності, а також поінформованість із основних нормативно-законодавчих документів, програм зі здійснення підприємницької діяльності; обізнаність із теоретичною і фактичною інформацією щодо попиту і пропозиції дизайнерських послуг, результатами моніторингових досліджень про розвиток художньо-естетичної культури населення регіону, країни, відомостями з економіки, менеджменту й маркетингу, дизайнерського підприємництва як комплексно-інтегрованим, логічно обґрунтованим і зафіксованим у свідомості індивіда знанням про явища і процеси бізнесу в індустрії дизайну; розуміння природи ризиків та їх різновидів (виробничі, що пов'язані з ймовірністю невиконання підприємством своїх зобов'язань перед замовником; кредитні, що зумовлені ймовірністю невиконання фірмою своїх фінансових зобов'язань перед інвестором; відсоткові, що виникають внаслідок непередбачуваної зміни відсоткових ставок; ризики ліквідності, обумовлені несподіваною зміною кредитних і депозитних потоків; інвестиційні, викликані можливим знеціненням інвестиційно-фінансового портфеля, що включає власні і придбані цінні папери; ринкові, пов'язані з ймовірним коливанням ринкових відсоткових ставок як національної грошової одиниці, так і закордонних курсів валют; загальноекономічні знання щодо організації спонсорства й інноваційної діяльності й уміння їх ситуаційно застосовувати під час планування й здійснення підприємницької діяльності з надання

дизайнерських послуг; технологічно-процесуальні знання й уміння із підприємницької діяльності, конкретизовані сутністю таких етапів: «пошук підприємницької ідеї щодо вибору дизайнерських виробів, проектів або послуг; проведення маркетингового дослідження; державної реєстрації підприємницької діяльності; складання бізнес-плану; реалізація виготовленої продукції або надання послуги; управління підприємством; оподаткування підприємницької діяльності» [15, с. 91].

Виокремлені знання, на нашу думку, є елементом складної багаторівневої системи інтелектуальної обізнаності фахівця з web-дизайну як результату пізнання дійсності, закономірностей становлення спортивного підприємництва. У здійсненні підприємницької діяльності в індустрії дизайну виокремлені різновиди знань актуалізуються, набувають практикоорієнтованого характеру й безпосередньо впроваджуються.

Суб'єктно-діяльнісний компонент виражається в окремих діях, алгоритмах, механізмах і способах діяльності щодо планування дизайнерського підприємництва на різних етапах здобуття дизайнової освіти, професійного становлення і подальшого кар'єрного зростання шляхом виконання проблемно-пошукових і ситуаційних завдань підприємницького характеру. Провідні характеристики успішної підприємницької діяльності у відповідній професійній сфері вбачаємо у раціональній організації справи, забезпеченні й дотриманні трудової дисципліни, оптимальному використанні вкладених ресурсів для отримання практичного результату. Зпоміж значущих якостей суб'єкта підприємництва виокремлюємо такі: цілеспрямованість, креативність, інтелігентність, лідерські здібності, схильність до новацій, ініціативність, відповідальність, працелюбність, рішучість, практичність, організованість, наполегливість, комунікабельність, самокритичність, готовність брати на себе відповідальність за результати своєї діяльності.

Найбільш значущими професійними якостями суб'єктів підприємницької діяльності у наш час є здатність до постійної активної діяльності в умовах функціонування організаційних утворень різних форм власності й господарювання; адаптованість фахівців до нових потреб підприємницької діяльності; здатність впроваджувати новації, самовдосконалюватися, впевнено працювати, успішно реалізуючи антикризову політику; уміння використовувати у про-

фесійній діяльності сучасні інформаційні технології тощо. На основі вивчення напрацювань та узагальнення результатів теоретичного аналізу, на нашу думку, змістовими характеристиками суб'єктно-діяльнісного компонента підприємницької компетентності фахівців з web-дизайну будуть такі: вміння і навички щодо створення поліпшених організаційних структур на основі оптимізації й реорганізації окремих підприємницьких об'єктів, раціонального оцінювання ситуацій підприємництва на макро-, мезо- і мікроекономічному рівнях, прогнозування змін й адаптування до них, економічного обґрунтування соціального ефекту реалізації підприємницького проєкту, бізнес-ідеї; ухвалення компромісних підприємницьких рішень, пов'язаних із отриманням максимальних доходів і фінансовими можливостями споживача; організації й координування процесів реалізації підприємницького проєкту, що передбачає чітке формулювання цілей і визначення конкретних завдань; стимулювання продуктивної зовнішню-внутрішньої взаємодії між учасниками підприємницького середовища для досягнення окреслених цілей; індивідуально-особистісні якості: психологічна готовність ризикувати, сподівання на успіх, наполегливість, гнучкість, енергійність, яскраво виражене почуття особистої відповідальності, впевненість у собі, здатність до навчання, здатність переконувати, здібності до комунікації, здатність керувати, ініціативність, здатність раціонально мислити в будь-яких ситуаціях, величезне бажання досягати мети, уміння координувати зусилля співробітників, здатність і готовність до соціально лояльного спілкування з іншими людьми.

З-поміж індивідуальних якостей до змісту суб'єктно-діяльнісного компонента підприємницької компетентності фахівців із web-дизайну віднесено: відповідальність, організаторські здібності, енергійність, ініціативність, самостійність; індивідуально-особистісні властивості щодо здійснення будь-яких видів господарської діяльності в умовах ризику. Способи виконуваних фахівцями із web-дизайну дій, пов'язані з плануванням, контролем, організацією, володінням підприємством, використанням кожної можливості й ресурсу з максимальною вигодою. Механізми ж організації соціально-економічних процесів передбачають наявність сформованих умінь організувати власний бізнес і забезпечувати успішне його функціонування, виробництво, надання послуг.

Рефлексивно-оцінний компонент уможливує аналіз і самооцінку фахівцями з web-дизайну особистісних підприємницьких якостей та результатів опанування основ підприємництва в сфері дизайну в контексті перспективних планів щодо самореалізації у професійній і підприємницькій діяльності, зокрема на основі відкриття власної справи в індустрії web-дизайну. Зміст означеного компонента конкретизується комплексом ціннісних, когнітивних, інтелектуальних і діяльнісних ставлень індивіда до самого себе, інших суб'єктів підприємницької діяльності й ґрунтується на критичному осмисленні підстав, характеру, структури, процесів і результатів діяльності; характеризується сукупністю здібностей, використовуваних способів, стратегій, тактичних прийомів, що забезпечує усвідомлення і подолання стереотипів особистісного досвіду і діяльності завдяки переосмисленню, висуванню і втіленню інноваційних ідей, що виникають в процесі вирішення професійних завдань. Рефлексивно-оцінний компонент уможливує здійснення специфічних розумових дій, спрямованих на розвиток підприємства і себе як конкурентоспроможного фахівця з web-дизайну та підприємця. Рефлексія є ключовим механізмом осмислення і міркування, який протистоїть формальним (перш за все, логічним) правилам, що регулює організацію міркування. З психологічної точки зору рефлексія – це процес самоаналізу власних психічних станів. Рефлексія допомагає майбутньому підприємцю сформулювати одержувані результати, перевизначити мети подальшого розвитку, скоригувати напрями самовдосконалення. Оволодіння підприємницькою компетентністю відбувається тільки тоді, коли приділяється увага розвитку рефлексії. За рахунок неї формуються моделі підприємницької діяльності. При орієнтації їх на професійну складову з'являється можливість досягати позитивного рішення практичних завдань.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок. Студіювання наукових праць засвідчило численну кількість інтрепретацій суті підприємницької компетентності фахівця. На основі проведеного дослідження нами уточнено зміст підприємництва як ініціативної, самостійної діяльності, націленої на отримання доходу, що здійснюється людиною від власного імені й під власну майнову відповідальність або ж – від імені й під відповідальність юридичної особи. У цьому контексті підприємницьку компетентність

обґрунтовано як системну цілісність ділових якостей й індивідуально-особистісних властивостей, знань, навичок, моделей поведінки, опанування якими забезпечує успішне вирішення бізнес-задач. Підприємницьку діяльність із web-дизайну схарактеризовано як унікальну інноваційно-творчу діяльність, що відображає особливий стиль поведінки індивіда й деталізується ініціативністю та постійними пошуками ефективних способів розв'язання бізнес-задач, готовністю до ризиків, цілеспрямованістю, наполегливістю й гнучкістю. Аргументовано розуміння суті підприємницької компетентності майбутніх web-дизайну як інтегративної особистісно-професійної якості, що характеризує їхні прагнення, готовність і здатність реалізувати свій потенціал у підприємницькій діяльності. Уточнено структуру підприємницької компетентності фахівців з web-дизайну, а саме: мотиваційно-ціннісний компонент характеризує професійну схильність і ціннісно-світоглядну позицію щодо підприємницької діяльності, засвоєння основ підприємництва й набуття вмінь щодо складання й реалізації бізнес-планів; змістово-процесуальний компонент є системною ознакою розуміння своєрідності підприємницької діяльності; суб'єктно-діяльнісний компонент виражається в окремих діях, алгоритмах і способах діяльності з планування підприємництва; рефлексивно-оцінний – передбачає аналіз та самооцінку підприємницьких якостей і результатів засвоєння основ підприємництва в контексті перспективних планів щодо самореалізації у професійній діяльності і, зокрема, щодо відкриття власної справи.

Викладені положення не вичерпують усіх аспектів наукової проблеми. Подальшого обґрунтування потребує конкретизація web-дизайну; діагностування сучасного стану розвиненості означеної якості у представників відповідних професій тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bazyl L., Radkevych O., Radkevych V., Orlov V. Interdisciplinary approach to the economic-legal socialization of specialists in modern labor market. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 2020. vol. 25, no. Extra 6, pp. 208-218
2. Komarkova I., Gagliardi D., Conrads J., Collado A. *Entrepreneurship Competence : An Overview of Existing Concepts*,

Policies and Initiatives. Final Report of European Commission, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2015. 162 p. URL : <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC96531/> (date of access 10.03.2020).

3. Definition and Selection of Competencies. Theoretical and Conceptual Foundations (DESECO). Strategy Paper on Key Competencies. An Overarching Frame of Reference for an Assessment and Research Program – OECD (Draft). P. 8.

4. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Скібіцька Л. І. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності : навч. посібн. Київ : Кондор, 2011. 912 с.

5. Білова Ю. Поняття та структура підприємницької компетентності майбутніх фахівців економічного профілю. Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти. *Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету* : зб. наук. праць. 2013. Вип. 7 (50). С. 15-17.

6. Тирпак І. В., Тирпак В. І., Жуков С. А. Основи економіки та організації підприємництва: навч. пос. Київ : Кондор, 2012. 270 с.

7. Морозова В. С. Понятие и структура предпринимательской компетентности менеджера. *Ярославский педагогический вестник*. 2012. № 2. Том II. С. 199-204

8. Креденцер О. В. Психологічні умови підготовки підприємців до професійної діяльності у сфері торгівельного бізнесу : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.10. Київ, 2009. 20 с.

9. Стрельніков М. Структура підприємницької компетентності магістрів спеціальності «бізнес-адміністрування»: Мат-ли III Міжнародної науково-практичної ІНТЕРНЕТ-конференції «Проблеми професійного становлення майбутнього фахівця в умовах інтеграції до європейського освітнього простору» (22 травня 2015 р.). URL : <https://www.cuspu.edu.ua/ua/ntmd/konferentsiy/3-mizhnarodna-internet-konferentsiia-2015/sektsiia-3/3571-struktura-pidpruyemnytskoyi-kompetentnosti-mahistriv-spetsialnosti-biznes-administruvannya> (дата звернення 21.05.2020).

10. Ткаченко М. В. Формування підприємницької компетентності фахівців ресторанного господарства : метод. рек. Одеса : ТОВ «Зовнішрекламсервіс», 2015. 59 с.

11. Іванюта С. М., Іванюта В. Ф. Підприємництво і бізнес-культура : навч. посібн. Київ : Центр учб. літ-ри, 2007. 288 с.

12. Швалб Ю. М. Психологічні аспекти компетентнісного підходу в освіті. *Реалізація європейського досвіду компетентнісного підходу у вищій школі України* : мат-ли методолог. семінару. Київ. : Пед. думка, 2009. С. 105-113.

13. Молдован А. Д. Підприємницька діяльність у галузі фізичної культури і спорту : навч. посіб. Київ : СПД «Чалчинська Н. В.». 2017. 252 с.

14. Романовський О. О. Проблеми організації ефективної бізнес-освіти. *Наука і практика управління*. 2002. Т. 5. № 2. С. 54-64.

15. Алексєєва С. В., Базиль Л. О., Гриценко І. А., Єршова Л. М., Закатнов Д. О., Орлов В. Ф., Сохацька Г. В. Підготовка майбутніх кваліфікованих кадрів до підприємницької діяльності в умовах розвитку малого бізнесу : теорія і практика : монографія. Житомир : «Полісся», 2020. 237 с.

16. Энциклопедический словарь предпринимателя / сост. С. М. Синельников, Т. Г. Соломоник, Р. В. Янборисова. Санкт-Петербург : Алга-фонд, АЯКС, 1992. 414 с.

17. Базиль Л. Індивідуально-особистісні якості щодо успішної підприємницької діяльності. *Професійне становлення особистості : проблеми і перспективи* : тези доп. X міжнар. наук. практ. конф. (м. Хмельницький, 7-8 листоп. 2019 р.) / ред. кол. : Н. Г. Ничкало, М. Є. Скиба, В. О. Радкевич [та ін.]. Хмельницький : ХНУ, 2019. С. 111-112.

18. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: навч. посіб. 2-ге видання. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 488 с.

REFERENCES

1. Bazyl L., Radkevych O., Radkevych V., Orlov V. Interdisciplinary approach to the economic-legal socialization of specialists in modern labor market. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 2020. vol. 25, no. Extra 6, pp. 208-218

2. Komarkova I., Gagliardi D., Conrads J., Collado A. *Entrepreneurship Competence : An Overview of Existing Concepts, Policies and Initiatives*. Final Report of European Comission, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2015. 162 p.

URL : <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC96531/>
(date of access 10.03.2020).

3. Definition and Selection of Competencies. Theoretical and Conceptual Foundations (DESECO). Strategy Paper on Key Competencies. An Overarching Frame of Reference for an Assessment and Research Program – OECD (Draft). P. 8.

4. Skibicz`ky`j O. M., Matvyeyev V. V., Skibicz`ka L. I. Organizaciya biznesu. Menedzhment pidpry`yemny`cz`koyi diyal`nosti : navch. posibn. Ky`yiv : Kondor, 2011. 912 s.

5. Bilova Yu. Ponyattya ta struktura pidpry`yemny`cz`koyi kompetentnosti majbutnix faxivciv ekonomichnogo profilyu. Onovlennya zmistu, form ta metodiv navchannya i vy`xovannya v zakladax osvity`. Naukovi zapy`sky` Rivnens`kogo derzhavnogo gumanitarnogo universy`tetu : zb. nauk. pracz`. 2013. Vy`p. 7 (50). S. 15-17.

6. Ty`rpak I. V., Ty`rpak V. I., Zhukov S. A. Osnovy` ekonomiky` ta organizaciyi pidpry`yemny`cz`tva: navch. pos. Ky`yiv : Kondor, 2012. 270 s.

7. Morozova V. S. Ponyaty`e y` struktura predpry`ny`matel`skoj kompetentnosti` menedzhera. Yaroslavsky`j pedagogy`chesky`j vestny`k. 2012. # 2. Tom II. S. 199-204

8. Kredencer O. V. Psy`xologichni umovy` pidgotovky` pidpry`yemciv do profesijnoyi diyal`nosti u sferi torgivel`nogo biznesu : avtoref. dy`s. ... kand. psy`xol. nauk : 19.00.10. Ky`yiv, 2009. 20 s.

9. Strel`nikov M. Struktura pidpry`yemny`cz`koyi kompetentnosti magistriv special`nosti «biznes-administruvannya»: Mat-ly` III Mizhnarodnoyi naukovoprakty`chnoyi INTERNET-konferenciyi «Problemy` profesijnogo stanovlennya majbutn`ogo faxivcya v umovax integraciyi do yevropejs`kogo osvith`nogo prostoru» (22 travnya 2015 r.). URL : <https://www.cuspu.edu.ua/ua/ntmd/konferentsiy/3-mizhnarodna-internet-konferentsiia-2015/sektsiia-3/3571-struktura-pidpryemnytskoyi-kompetentnosti-mahistriv-spetsialnosti-biznes-administruvannya> (data zvernennya 21.05.2020).

10. Tkachenko M. V. Formuvannya pidpry`yemny`cz`koyi kompetentnosti faxivciv restorannogo gospodarstva : metod. rek. Odesa : TOV «Zovnishreklamservis», 2015. 59 s.

11. Ivanyuta S. M., Ivanyuta V. F. Pidpry`yemny`cz`tvo i bizneskul`tura : navch. posibn. Ky`yiv : Centr uchb. lit-ry`, 2007. 288 s.

12. Shvalb Yu. M. Psy`xologichni aspekty` kompetentnisnogo pidxodu v osviti. Realizaciya yevropejs`kogo dosvidu kompetentnisnogo pidxodu u vy`shnij shkoli Ukrainy` : mat-ly` metodolog. seminaru. Ky`yiv. : Ped. dumka, 2009. S. 105-113.

13. Moldovan A. D. Pidpry`yemny`cz`ka diyal`nist` u galuzi fizy`chnoyi kul`tury` i sportu : navch. posib. Ky`yiv : SPD «Chalchy`ns`ka N. V.». 2017. 252 s.

14. Romanovs`ky`j O. O. Problemy` organizaciyi efekty`vnoyi biznes-osvity`. Nauka i prakty`ka upravlinnya. 2002. T. 5. # 2. S. 54-64.

15. Alyeksyeyeva S. V., Bazy`l` L. O., Gry`cenok I. A., Yershova L. M., Zakatnov D. O., Orlov V. F., Soxacz`ka G. V. Pidgotovka majbutnix kvalifikovany`x kadriv do pidpry`yemny`cz`koyi diyal`nosti v umovax rozvy`tku malogo biznesu : teoriya i prakty`ka : monografiya. Zhy`tomy`r : «Polissya», 2020. 237 s.

16. Эncy`клопеды`chesky`j slovar` predpry`ny`matelya / sost. S. M. Sy`nel`ny`kov, T. G. Solomony`k, R. V. Yanbory`sova. Sankt-Peterburg : Alga-fond, AYAKS, 1992. 414 s.

17. Bazy`l` L. Indy`vidual`no-osoby`stisni yakosti shhodo uspishnoyi pidpry`yemny`cz`koyi diyal`nosti. Profesijne stanovlennya osoby`stosti : problemy` i perspekty`vy` : tezy` dop. X mizhnar. nauk. prakt. konf. (m. Xmel`ny`cz`ky`j, 7-8 ly`stop. 2019 r.) / red. kol. : N. G. Ny`chkalo, M. Ye. Sky`ba, V. O. Radkevych [ta in.]. Xmel`ny`cz`ky`j : XNU, 2019. S. 111-112.

18. Get`man O. O., Shapoval V. M. Ekonomika pidpry`yemstva: navch. posib. 2-ge vy`dannya. Ky`yiv : Centr uchbovoyi literatury`, 2010. 488 s.

V. Kushnir

ESSENTIAL CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURIAL COMPETENCE OF FUTURE WEB-DESIGNERS

***Abstract.** The article substantiates the essence and structure of entrepreneurial competence of web-designers. The author positions the entrepreneurial competence of web-designers as an integral complex structure of a designer's personality, which characterizes his intentions, aspirations, aspirations, readiness and ability to realize personal potential in starting his own business and its further successful implementation in design. The author characterizes the content and structure of entrepreneurial competence of web-designers in accordance with the specific nature of design as an art form that combines techniques (de-*

sign, construction) and decorative effects; creative method, process and result of artistic and technical design of industrial products, their complexes and systems, focused on achieving the fullest compliance of the created objects and the environment as a whole with the possibilities, human needs, both utilitarian and aesthetic.

Keywords: *design, web-designer, entrepreneurial competence, structure of entrepreneurial competence, structural and semantic characteristics.*

Дата подання рукопису: 30 травня 2020 р.

Дата прийняття до друку: 30 липня 2020 р.

УДК 37.048.3:159.9.072

<https://doi.org/10.37041/2410-4434-2020-16-12>

Світлана Семенюк

*викладач кафедри дизайну Арт академії
сучасного мистецтва імені Сальвадора Далі,
м. Київ, Україна*

ВИВЧЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ДЛЯ УСПІШНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. *У статті розкрито проблему вивчення індивідуальних можливостей майбутніх дизайнерів для успішної професійної діяльності. Обґрунтуванні основні підходи до процесу діагностування професійної придатності в умовах сучасної освіти, з урахуванням динаміки розвитку психофізіологічної і психічної організації особистості та її професійної обдарованості.*

Ключові слова: *педагогічна діагностика, тестування, професійна орієнтація, професійні можливості, професійне самовизначення*