



УДК 378.046-021.68:796:334

DOI: [https://doi.org/10.33272/2522-9729-2020-4\(193\)-38-43](https://doi.org/10.33272/2522-9729-2020-4(193)-38-43)

Верітов Олександр

ORCID iD <http://orcid.org/0000-0002-3793-3010>

КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ»

- A** Розроблено авторську концепцію формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту, яка сформульована на основі положень, що співвідносяться з евристично визначеними формами наукового знання. Формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту визначено як діяльність ЗВО, спрямовану на формування соціально-нормативних установок здобувачів освіти, формування у них певних рис особистості, а також закріплення цих рис і формування на їх основі стійких характеристик підприємницького стилю життя. Основними положеннями концепції є: формування під час аудиторної та самостійної роботи студентів підприємницького мислення; інтеріоризація здобувачами освіти змісту та прикладів ефективної підприємницької діяльності; інтеграція у логіко-структурній схемі формування підприємницької культури інноваційного, маркетингового та управлінського освітніх контекстів; контроль результативності процесу формування підприємницької культури шляхом використання відповідних методик оцінювання знань.

Ключові слова: підприємницька культура; підприємницьке мислення; концепція цілеспрямованого формування підприємницької культури; принципи формування підприємницької культури

- S** *Veritov Oleksandr. The concept of formation of entrepreneurial culture of future bachelors in the specialty «Physical culture and sport».*

The article deals with the development of the author's concept of forming the entrepreneurial culture of future bachelors of physical culture and sports. The concept is formulated on the basis of ideas of L. Boltansky, E. Kjaello, L. Teveno about entrepreneurship as an activity aimed at reaching an agreement; provisions of culturology about culture as an embodied experience of human coexistence; theory by D. Uzmadze of social guidelines, as well as the provisions of M. Weber and F. Knight on the special mentality of entrepreneurs; provisions of management theory on the content of the management cycle; marketing methodology customer development; P. Bourdieu's ideas about the essence of social practice and lifestyle; the provisions of the cultural-historical theory of the development of the human psyche by L. Vygotsky on the essence of the internalization and exteriorization of the content of culture by man; provisions of A. Bandura social-cognitive theory about the mechanism of increase of human self-efficacy; the theory of quasi-professional training, according to which the educational process should be based on the creation of situations close to the conditions of real work; humanistic pedagogy, according to which the formation of personal qualities and patterns of behavior is more effective in terms of free self-expression. The formation of entrepreneurial culture of future bachelors of physical culture and sports is defined as the activity of educational institutions, which is aimed at forming social and normative attitudes of students, forming certain personality traits, as well as forming stable characteristics of entrepreneurial lifestyle. The main provisions of the concept are: formation of students' entrepreneurial thinking during classroom and independent work; internalization of content and examples of effective entrepreneurial activity by students; integration in the logical-structural scheme of formation of business culture of innovative, marketing and managerial educational contexts; monitoring the effectiveness of the process of forming an entrepreneurial culture through the use of appropriate methods of knowledge assessment.

Key words: entrepreneurial culture; entrepreneurial thinking; the concept of purposeful formation of entrepreneurial culture; principles of business culture formation

Верітов Олександр Ігорович, докторант кафедри фізичної культури та спорту, Запорізький національний університет, Україна

Veritov Oleksandr, doctoral student of the Department of Physical Culture and Sports, Zaporizhzhya National University, Ukraine

E-mail: ffefb@gmail.com

Актуальність проблеми. Нові соціально-економічні реалії, зумовлені зіткненням еволюційних парадигм у глобальних масштабах, вимагають від фахівців галузі фізичної культури і спорту готовності до самореалізації професійного потенціалу в жорстких умовах ринкової економіки. Необхідною умовою готовності випускників вишів до професійної самореалізації виступає сформованість у них підприємницької культури.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Можна очікувати, що концепція формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту вже була сформульована в рамках теорії і методики професійної освіти. На ділі ж, у публікаціях, присвячених проблематиці формування підприємницької або бізнес-культури (С. Білоус-Сергєєва [1], В. Шляхтенко [13], Р. Муха [7], І. Радамовська [9]) більше йдеться про своєрідний тип стосунків у колективі тієї чи іншої бізнес-організації, іншими словами, про один із типів корпоративної культури. Хоча, зазначимо, що автори при цьому розмежовують поняття «бізнес-культура», «корпоративна культура», «підприємницька культура», «культура підприємництва», «культура підприємця». Разом з тим, деякі автори (Н. Дембицька [3], І. Добрянський [4], Р. Олексенко, В. Молодиченко [8], Р. Рюттингер [10]) зосереджують свою увагу на характеристиках особистості підприємця, а також розкривають глибинні механізми та закономірності формування цих характеристик під час фахової підготовки.

Загалом, публікації, присвячені дослідженню підприємницької культури, наголошують на тому, що вона може розумітися як характеристика стосунків у бізнес-середовищі на основі трудових загальнокорпоративних, національних цінностей, які впливають на комерційну успішність організації; характеристика окремої людини, що віддзеркалює сформованість у неї норм і цінностей упорядкування діяльності людей, додержання нею традицій ділового спілкування, наявність високої загальної культури тощо.

У контексті професійної підготовки майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту підприємницька культура повинна розглядатися як риса особистості, що ґрунтується на набутих людиною протягом життя знаннях, цінностях, моральних й етичних нормах, прийомах і методах економічно прибуткової активності, яка відповідає чинним правовим нормам, традиціям і стереотипам.

Як відомо, трансляція вироблених попередніми поколіннями нормативних програм поведінки, здійснюється соціальними інститутами, одним із яких є вища освіта. Утім, аналіз публікацій показав, що на сьогодні концепція цілеспрямованого формування підприємницької культури у майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту під час фахової підготовки ще не сформульована. Зокрема, не обґрунтовано відповідних педагогічних умов, не розроблено програмних засад відповідного

освітнього процесу. Не представлено також структурно-логічної схеми формування підприємницької культури в освітньому процесі ЗВО. Зазначене ускладнює приведення освітнього процесу у відповідність суспільним і державним імперативам, згідно з якими бакалаври фізичної культури мають виступати автономними, відповідальними та креативними суб'єктами ринку праці.

Мета статті: розроблення науково обґрунтованої системи освітніх впливів, що інтегрує принципи, теоретичні положення, педагогічні умови, програмні (модельні) елементи, з метою її подальшого застосування у якості конструктивної основи для формування підприємницької культури у майбутніх бакалаврів спеціальності 017 «Фізична культура і спорт».

Викладення основного матеріалу. Першочерговим завданням є визначення й обґрунтування на основі аксіоматичного підходу вихідних принципів формування підприємницької культури здобувачів освіти, що виступають своєрідними правилами, що задають його напрям, характер і стратегію діяльності суб'єктів освітнього процесу.

Соціальне життя нині значною мірою будується навколо цифрового зв'язку та інформаційної інфраструктури [6]. У таких умовах стає неминучою та незворотною глибока трансформація підприємництва і бізнесу за рахунок широкого використання цифрових технологій для презентації стартапів, оптимізації бізнес-процесів, поліпшення взаємодії зі споживачами товарів і послуг, створення умов для комфортнішої й оперативнішої взаємодії між співробітниками організації. У зв'язку з цим, для забезпечення відповідності освітнього процесу майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту соціальним перетворенням, необхідно трансформувати взаємодію між викладачами та здобувачами освіти в цифровий простір, що відповідає принципу діджиталізації.

Відповідно до зазначеного принципу процес формування підприємницької культури виражатиметься: у створенні індивідуального цифрового освітнього середовища кожним викладачем, залученим до цього процесу; в активному використанні студентами інформаційних технологій і систем під час навчання; спрямування змісту освіти на навчання студентів використанню спеціалізованих інформаційних систем і ресурсів; у цифровій комунікації між викладачами і здобувачами освіти у межах освітнього процесу; у використанні студентами цифрових сервісів і ресурсів із метою визначення індивідуальних освітніх траєкторій; підвищення ролі таких сервісів і ресурсів у самостійній роботі студентів тощо.

Принцип варіативності освітніх траєкторій передбачає надання можливості студенту впливати на зміст освіти та режим засвоєння знань, виходячи з його потреб, інтересів і потенцій. Декларування цього принципу проголошено імперативами, що проголошують пріоритет

інтересів особистості, добровільності та самодіяльності над інтересами зовнішнього оточення. Для викладачів ЗВО цей принцип проголошує, з одного боку, право вільно визначати зміст ОПП та НМК дисциплін, а також методи та засоби навчання, з іншого – можливість передання здобувачам змісту освіти різними шляхами.

Важливим наслідком додержання принципу варіативності є підвищення ролі дисциплін за вибором. Також доцільним виступає створення можливості вибору майбутнім бакалаврами фізичної культури і спорту творчих завдань і завдань для самостійної роботи під час засвоєння змісту окремих дисциплін, а також вибору теми курсової роботи й місця виробничої практики.

У той же час зазначимо, що варіативність не стане безконтрольною самодіяльністю викладачів і студентів, яка може обернутися руйнацією загальної системи роботи задля химерних, непевних цілей, претензій, ілюзій чи власних амбіцій суб'єктів освітнього процесу. Перш за все, цей принцип передбачає додержання рамкових умов чинного Державного стандарту освіти зі спеціальності 017 «Фізична культура і спорт» [11].

Принцип ступневості та кризивості передбачає розуміння освітнього процесу як управління доланням здобувачами освіти штучних суперечностей і перешкод у спонтанних і спланованих конфліктних і безконфліктних ситуаціях. Цей принцип базується на ідеї, відповідно до якої в освітньому процесі періоди рівного накопичення нових можливостей змінюються етапами кризи – бурхливого, іноді драматичного зламу старих цінностей і поведінкових стереотипів. Вважаємо, що додержання принципу ступневості та кризовості буде сприяти створенню умов для набуття студентами необхідних компетентностей, а також засвоєння ними соціально-прийнятних програм підприємницької діяльності.

Принцип професійної контекстності передбачає виконання студентами в освітньому процесі ролей і функцій, які за своєю сутністю близькі до професійних, проте відрізняються від них тим, що відповідальність за результати цих дій здобувач освіти несе насамперед перед викладачем, або представником професійної спільноти, а не перед споживачами комерційного продукту.

Цим принципом передбачається забезпечення в освітньому процесі професійного контексту через широке використання активних методів навчання, а також самостійне прийняття рішень в умовах, наближених до підприємницької діяльності. Відповідно до цього принципу при визначенні змісту освіти майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту, перш за все, мають бути враховані особливості підприємницької діяльності у галузі.

Вважаємо, що наведені принципи формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту, достатньо чітко задаватимуть його напрям, характер і стратегію діяльності суб'єктів освітнього процесу на всіх етапах його проєктування та здійснення.

Сформулювавши принципи, перейдемо до обґрунтування самої концепції формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту, яка, за нашим задумом, має описувати щонайменш два аспекти освітнього процесу, позначені ключовими питаннями: «Що саме формувати?» та «Яким чином це формувати?».

Перша концептуальна ідея співвідноситься з розумінням підприємництва як діяльності, найважливішим аспектом якої є досягнення згоди між різними соціальними суб'єктами. Основою для нашої позиції став аналіз наукових джерел, у яких описано зміст підприємницьких практик [10; 19], у результаті якого виявлено, що діяльність будь-яких підприємців має загальну рису – спрямування на досягнення згоди як загального блага, через усунення суперечностей між колективним та індивідуальним буттям, а також між індивідуальним буттям суб'єктів у ситуаціях комерційного обміну вартостями. Ця теза певною мірою витікає з думки Е. Дюркгейма, який головним чинником, що формує зміст особистісного й соціального життя людини, зазначає опозицію індивідуальної та соціальної реальностей [5].

Поділяючи позиції Е. Дюркгейма, у нашому випадку, можна говорити про троїсту соціальну реальність, у якій стикаються, співіснують, взаємодіють три взаємозумовлених буття: особисте (конкретного підприємця), опозиційне (іншого підприємця) і соціальне (суспільства, народу, країни).

Підприємницька діяльність постійно супроводжується доланням суперечностей між суб'єктами соціального життя, які при доведенні своєї правоти у різноманітних ситуаціях звертаються до аргументів різних «соціальних реальностей» («індустріальної», «патріархальної», «репутаційної», «цивільної», «ринкової», «буттєвої»). Переконані, що підприємницька діяльність неможлива без інтеріоризації специфічних культурних патернів, набуття особливого світогляду та установок, формування специфічного стилю життя, провідною рисою якого є вміння та досвід відстоювання своєї позиції.

Вважаємо, що в освітньому процесі майбутніх бакалаврів спеціальності 017 «Фізична культура і спорт» обов'язково має бути приділена увага формуванню й розвитку компетентностей, необхідних для долання суперечностей і досягнення згоди у ситуаціях соціальної взаємодії за умов керування не тільки особистими бажаннями і потребами, а й загальним благом. Відповідні компетентності мають бути відображені в очікуваних результатах освітнього процесу майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту.

Іншою основою наших уявлень про цільові орієнтири освітнього процесу майбутніх бакалаврів спеціальності 017 «Фізична культура і спорт» покладено розуміння культури як специфічного аспекту життя виду *Homo sapiens*, що характеризує відмінність буття людей

від тваринного існування. Основою набуття людиною особистої культури є засвоєння нею нормативних програм поведінки, а також правил соціальної дії і взаємодії, вироблених в процесі діяльності попередніх поколінь. Сутність культури розуміємо як результат оволодіння людиною соціальним досвідом, вираженим в знаковій формі. Точніше, розуміємо культуру як стан конкретної людини, спричинений прийняттям нею соціально ухваленних норм, цінностей і програм дій, які визначатимуть її поведінку в різних життєвих ситуаціях.

Наступна ідея, покладена нами в основу авторської концепції формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту, пов'язана з тим, що успішність у підприємницькій діяльності прямо пов'язана з наявністю у суб'єкта цієї діяльності специфічного світогляду або менталітету. Сучасні дослідники звертають увагу на те, що специфічний підприємницький менталітет ґрунтується на специфічному мисленні, яке є процесом цілеспрямованого, опосередкованого та узагальненого відображення суб'єктом суттєвих властивостей і відношень компонентів комерційної діяльності, результатом якого є ефективне і раціональне задоволення тих чи інших потреб споживачів із отриманням прибутку [16;17].

Розвиваючи висловлені ідеї, пов'язуємо особливості підприємницького менталітету з наявністю специфічних установок індивіда, які, за Д. Узнадзе, розуміємо як динамічний стан особистості, її готовність до дій, обумовлених потребами суб'єкта, а також певною відповідною ситуацією [12]. Вважаємо, що установки майбутнього бакалавра фізичної культури і спорту, сформовані в освітньому процесі, мають стати основою рис його характеру – сукупності стійких способів поведінки й реагування в соціальному та природному середовищі, заснованих на соціально й біологічно зумовлених структурних компонентах особистості, що включають психічні процеси, стани та властивості.

Основою будь-якої підприємницької діяльності є планування, організація, корекція, контроль як власної діяльності, так і діяльності інших людей. Сказане диктує доцільність звернення до ідей менеджменту про сутність управлінського циклу – послідовності ітерацій у діяльності суб'єкта управління, спрямованих на досягнення певної мети. Вважаємо необхідним відобразити у тій чи іншій формі перелічені функції як у змісті навчання, так і серед очікуваних результатів освітнього процесу.

Переконані, що іншим аспектом підготовки має стати формування установок здобувачів освіти на задоволення потреб споживачів підприємницького продукту як гарантію отримання прибутку. Найсучаснішим вираженням цієї ідеї є клієнтоорієнтований методологічний підхід до створення бізнесу, який отримав назву Customer development. Відповідно до нього будь-який інноваційний продукт обов'язково повинен вирішувати проблему

(задовольняти потребу) клієнта. Іншими словами, спочатку виявляється проблема, а вже потім розробляється продукт, а не навпаки[4].

Вважаємо, що у процесі фахової підготовки майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту у них мають бути сформовані уявлення про шляхи, методи, засоби: визначення запитів і потреб споживачів спортивно-оздоровчих товарів і послуг; дослідження ринку на предмет наявності продуктів, що можуть задовольнити виявлені запити й потреби; вивчення ринку на предмет наявності конкурентів; розроблення продуктів, необхідних споживачам і здатних задовольнити їхні потреби; встановлення цін, що забезпечать достатній прибуток й прийнятні для споживачів; вибору найзручніших шляхів доведення інноваційного продукту до споживачів; обґрунтування й використання методів активного впливу на ринок із метою формування попиту на інноваційні фізкультурно-спортивні товари та послуги.

Наступним вихідним положенням нашої концепції є теза про те, що специфічні установки підприємця роблять його лідером, здатним ризикувати і проявляти ініціативу, використовуючи ринкові можливості шляхом планування (маркетинг), організації (менеджмент) ресурсів, часто шляхом інновацій [15; 18]. Вважаємо, що ці установки лежать в основі соціальної практики підприємництва, яка, у свою чергу, стає фундаментом стилю життя й соціального статусу підприємця. Отже, інтеріоризація специфічних культурних патернів, набуття особливого світогляду в освітньому процесі має покласти початок залученню здобувачів освіти до особливого підприємницького стилю життя.

Інша група наших ідей стосується уявлень про процесуальну сторону освітнього процесу, спрямованого на формування у майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту підприємницької культури. У цьому аспекті, перш за все, беремо до уваги сукупність наукових фактів, які вказують на те, що установки підприємця, його соціальний статус, а також стиль життя у значній мірі визначаються тим матеріалом, який він «запозичує» із соціуму.

Психологічний механізм, завдяки якому це стає можливим, докладно описаний у культурно-історичній теорії розвитку психіки людини Л. Виготського. Зокрема, автор пише про інтеріоризацію – засвоєння людиною у ранньому та підлітковому віці культурних смислів, виражених у знакових формах у ході набуття досвіду взаємодії з іншими людьми, власної діяльності, або взаємодії з носіями інформації, вираженої у знакових формах (книгами, журналами, фільмами тощо) [2].

Протилежним інтеріоризації виступає механізм екстеріоризації, сутність якого полягає у відтворенні змісту уяви особи, вираженого в установках, цінностях, диспозиціях у соціально значущих діях і чинках. Вважаємо, що при конструюванні освітнього процесу, спрямованого на формування підприємницької культури, обов'язково

мають бути створені умови як формування в уяві здобувачів освіти певних образів, що стосуються ефективного підприємництва, так і для втілення цих образів у дійсність.

Для того, щоб це стало можливим, освітній процес у ЗВО має відтворювати особливості підприємництва як соціальної практики. Ми виходимо з того, що під час навчання здобувачі освіти мають бути залучені до соціальної практики підприємництва як типу стосунків між суб'єктами освітнього процесу, у ході якої вони, використовуючи ресурси освітнього закладу та міст практики, мали б змогу впливати на розвиток суспільства і розвиватися самі.

Наступна концептуальна ідея щодо перебігу освітнього процесу полягає у необхідності забезпечення спілкування студентів із кращими підприємцями регіону. Обґрунтування доцільності цього знаходимо в соціально-когнітивній теорії А. Бандури, у якій обґрунтовується зв'язок між соціальним розвитком особистості та опануванням нею нового досвіду через наслідування моделей поведінки інших людей у процесі соціальної взаємодії [14]. Практична корисність теорії А. Бандури полягає у тому, що вона не тільки дає змогу описати механізм саморегуляції поведінки особистості, а й дозволяє побудувати схему освітньої діяльності, спрямовану на підвищення самоефективності здобувача освіти.

Зазначена схема має інтегрувати такі етапи: усвідомлення здобувачами освіти мети діяльності й власних здібностей, їхнє співвіднесення; складання моделі діяльності, а також формування мотивації; виконання дій, необхідних для досягнення поставленої мети, за умови активного зворотного зв'язку з компетентним середовищем; застосування нового вміння або навичок у знайомій ситуації, можливо декількома способами; адаптація навички до незвичної ситуації.

Інша ідея, що стосується перебігу освітнього процесу, ґрунтується на теорії контекстного навчання, у відповідності до положень якої, в сучасних умовах освітній процес має ґрунтуватися не на вивченні навчальних текстів, як матеріальних носіїв минулого досвіду професійної діяльності, а на створенні ситуацій, які за своїм змістом наближені до умов реальної праці.

Оскільки така «контекстна» підготовка забезпечує ефективнішу інтеріоризацію здобувачем освіти змісту професійної діяльності, вважаємо, що в освітньому процесі, спрямованому на формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту провідне місце має займати саме квазіпрофесійна діяльність. При цьому вона має бути спрямована на відтворення під час навчальних занять і виробничих практик суттєвих характеристик підприємницької діяльності, стосунків і дій її суб'єктів.

Останньою ідеєю, що стосується перебігу освітнього процесу з формування підприємницької культури сту-

дентів спеціальності 017 «Фізична культура і спорт», є положення гуманістичної педагогіки про необхідність забезпечення умов для особистісного вибору здобувачами освіти шляхів, методів і засобів задоволення власних освітніх потреб.

Ця ідея має витоки в положеннях гуманізму (Еразм, Руссо), екзистенціалізму (Ж.-П. Сартр, К. Ясперс), позитивізму (К. Поппер), згідно з якими істинне буття людини не є детермінованим, а вільно конструюється нею за власним задумом-проектом. Людина відповідальна за своє буття. Вона здійснює вибір у повній самоті, підкоряючись власному незалежному моральному рішення. Отже, найоптимальнішим у нашому дослідженні буде підхід, при якому формування підприємницької культури буде здійснюватися не через директиви або накази, а через «м'який» вплив на здобувачів освіти на рівні окремої навчальної групи.

Результати дослідження. Авторську концепцію формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту сформульовано на основі положень, які співвідносяться з евристично визначеними формами наукового знання, а саме: ідей Л. Болтанські, Е. К'япелло, Л. Тевено про підприємництво як діяльність, спрямовану на досягнення згоди; положень культурології про культуру як утілений досвід людського співіснування; теорії соціальних настанов Д. Узнадзе, а також положень М. Вебера, Ф. Найта, відповідно до яких підприємці мають особливий менталітет; положень теорії менеджменту про зміст управлінського циклу; маркетингової методології customer development; ідей П. Бурдьє про сутність соціальної практики, соціального поля та стилю життя людини; положень культурно-історичної теорії розвитку психіки людини Л. Виготського про сутність інтеріоризації та екстеріоризації людиною змісту культури; положень соціально-когнітивної теорії А. Бандури про механізм підвищення самоефективності людини; теорії квазіпрофесійного навчання, відповідно до якої освітній процес має ґрунтуватися на створенні ситуацій, наближених до умов реальної праці; гуманістичної педагогіки, відповідно до якої формування особистісних якостей і моделей поведінки відбувається результативніше у середовищах, де створено умови для вільного самовираження й самоздійснення особи.

Відповідно до зазначеної концепції, формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту – це діяльність ЗВО, спрямована на формування соціально-нормативних установок здобувачів освіти, формування у них певних рис особистості, а також закріплення цих рис і формування на їх основі стійких характеристик підприємницького стилю життя.

Основними положеннями концепції:

– першочерговою метою освітнього процесу має стати формування в аудиторній і самостійній роботі підприємницького мислення як процесу цілеспрямованого, опо-

середкованого, та узагальненого відображення майбутнім бакалавром фізичної культури і спорту суттєвих характеристик підприємницької діяльності, а також стосунків між її суб'єктами;

– ключовим чинником формування підприємницької культури є інтеріоризація здобувачами освіти змісту, традицій, прикладів ефективної підприємницької діяльності, зафіксованих у знаковій формі у ході залучення до підприємницьких і квазіпідприємницьких практик;

– логіко-структурна схема формування підприємницької культури майбутніх бакалаврів фізичної культури і спорту має інтегрувати три освітніх контексти (лінії): інноваційну лінію, завдання якої у формуванні здобувачів освіти уявлення про ідеальні фізкультурно-спортивні продукти; лінію маркетингу, спрямовану на формування у студентів здатності до встановлення потреб цільових споживачів, а також забезпечення задоволеності цих потреб; лінію менеджменту, завдання якої – сформувати у студентів здатності до виконання дій у межах управлінського циклу;

– необхідність контролю результативності процесу формування підприємницької культури на всіх етапах освітнього процесу шляхом використання відповідних методик оцінювання знань, досвіду, а також особистісних новоутворень здобувачів освіти.

Перспективи подальших розвідок. Обґрунтована концептуальна основа є підґрунтям для створення моделей фахової підготовки, а також методичних рекомендацій, які будуть актуальними в сучасних соціальних, економічних і політичних умовах.

Список використаних джерел

1. Білоус-Сергеева С. О. Формування підприємницької культури. *Reporter of the Priazovskiy state technical university. Section: Economic sciences*. 2016. Issue 32. Volume 1. P. 233–239.
2. Выготский Л. С. Проблема культурного развития ребенка (1928). *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология*. 1991. № 4. С. 5–18.
3. Дембицька Н. М. Економічний досвід як чинник становлення суб'єкта економічної соціалізації: концепція дослідження. *Проблеми загальної та педагогічної психології: зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*. Київ, 2009. Т. XI, ч. 1. С. 110–118.
4. Добрянський І. Підприємницька культура студентів приватного ВНЗ. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2011. Вип. 99. С. 3–8.
5. Дюркгейм Э. Социология образования / под ред. В. С. Собкина, В. Я. Нецаева. Москва : ИНТОР, 1996. 80 с.
6. Моисеева А. А. Условия и последствия диджитализации современного общества: социально-экономический анализ. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. 2017. № 39. С. 216–226.
7. Муха Р. А. Бизнес-культура, сутність та основні характеристики. *Ефективна економіка*. 2018. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6485>
8. Олексенко Р. І., Молодиченко В. В. Концептуальні пріоритети формування сучасної людини економічної. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2017. Вип. 70. С. 164–175.
9. Радамовська І. В. Особливості формування бізнес-культури будівельних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2015. Вип. 4. С. 125–128.
10. Рюттингер Р. Культура предпринимательства : пер. с нем. Москва : Эком, 1992. 240 с.
11. Стандарт вищої освіти України перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 01 «Освіта/Педагогіка», спеціальність 017 «Фізична культура і спорт». Затверджено і введено в дію наказом МОН України № 567 від 24.04.2019 р. 12 с.
12. Узнадзе Д. Н. Психология установки. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 416 с.
13. Шляхетко В. В. Підприємницька культура в системі факторів підвищення

- конкурентоспроможності поліграфічних підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Львів, 2004. 259 с.
14. Bandura A. Social foundations of thought and action: a social cognitive theory. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1986.
15. Deakins D., Freel M. Entrepreneurial learning and the growth process in SMEs. *The Learning Organization*. 1998-08. T. 5, vol. 3. C. 144–155.
16. Hayek F. A., Cantillon R., Higgs H. Essai Sur la Nature du Commerce en General. *The Economic Journal*. 1932-03. T. 42, vol. 165. C. 6.
17. Jean-Baptiste Say. A Treatise on Political Economy. doi:10.4324/9781351315685.
18. Culley Jennifer R. A Glossary of Political Economy Terms. *Reference Reviews*. 2013. Vol. 27, № 5. P. 22–23. URL: <https://doi.org/10.1108/RR-02-2013-0039>.
19. Knight F. H. Risk, uncertainty and profit. New York : Cosimo Classics, 2005. XIV. 381 p.

References

1. Bilous-Serhieieva, S. O. (2016). Formuvannya pidpriemnytskoi kultury [Formation of entrepreneurial culture]. *Reporter of the Priazovskiy state technical university. Section: Economic sciences*, 32, 1, 233-239 [in Ukrainian].
2. Vygotskii, L. S. (1991). Problema kulturnogo razvitiia rebenka [The problem of the cultural development of the child] (1928). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psikhologiya [Moscow University Bulletin. Ser. 14. Psycholohyia]*, 4, 5-18 [in Russian].
3. Dembytska, N. M. (2009). Ekonomichnyi dosvid yak chynnyk stanovlennia sub'ekta ekonomichnoi sotsializatsii: kontseptsiiia doslidzhenn [Economic experience as a factor in the formation of the subject of economic socialization: the concept of research]. *Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psykholohii [Problems of general and pedagogical psychology]: zb. nauk. pr. In-tu psykholohii im. H. S. Kostiuaka APN Ukrainy (Vol. XI, is. 1, pp. 110-118)*. Kyiv [in Ukrainian].
4. Dobrianskyi, I. (2011). Pidpriemnytska kultura studentiv pryvatnoho VNZ [Entrepreneurial culture of private university students]. *Naukovi zapysky. Seriya: Pedahohichni nauky [Proceedings. Series: Pedagogical sciences]*, 99, 3-8 [in Ukrainian].
5. Diurkgeim, E. (1996). *Sotciologiya obrazovaniia [Sociology of education]*. Moskva: INTOR [in Russian].
6. Moiseeva, A. A. (2017). Uslovia i posledstviia didzhitalizatsii sovremennoho obshchestva: sotcialno-ekonomicheskii analiz [Conditions and consequences of digitalization of modern society: socio-economic analysis]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotciologiya. Politologiya [Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science]*, 39, 216-226 [in Russian].
7. Mukha, R. A. (2018). Biznes-kultura, sutnist ta osnovni kharakterystyky [Business culture, essence and main characteristics]. *Efektivna ekonomika [Efficient economy]*, 8. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6485> [in Ukrainian].
8. Oleksenko, R. I., & Molodychenko, V. V. (2017). Kontseptualni priorityty formuvannya suchasnoi liudyny ekonomichnoi [Conceptual priorities of formation of the modern economic person]. *Humanitarnyi visnyk ZDIA [Humanitarian Bulletin ZDIA]*, 70, 164-175 [in Ukrainian].
9. Radamovska, I. V. (2015). Osoblyvosti formuvannya biznes-kultury budivelnikh pidpriemstv [Features of formation of business culture of construction enterprises]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy]*, 4, 125-128 [in Ukrainian].
10. Riuttinger, R. (1992). *Kultura predprinimatelstva [Enterprise culture]*. Moskva: Ekom [in Russian].
11. *Standart vyshchoi osvity Ukrainy pershyi (bakalavrskiy) riven, haluz znany 01 «Osvita/Pedahohika», spetsialnist 017 «Fizychna kultura i sport» [Standard of higher education of Ukraine first (bachelor's) level, field of knowledge 01 «Education / Pedagogy», specialty 017 «Physical culture and sports»]*. (2019). Zatverdzheno i vvedeno v diiu nakazom MON Ukrainy № 567 vid 24.04.2019 r. [in Ukrainian].
12. Uznadze, D. N. (2001). *Psikhologiya ustanovki [Installation psychology]*. Sankt-Peterburg: Piter [in Russian].
13. Shliakhetko, V. V. (2004). *Pidpriemnytska kultura v systemi faktoriv pidvyshchennia konkurentospromozhnosti polihrafichnykh pidpriemstv [Entrepreneurial culture in the system of factors to increase the competitiveness of printing companies]*. (PhD diss.). Lviv [in Ukrainian].
14. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
15. Deakins, D., & Freel, M. (1998). Entrepreneurial learning and the growth process in SMEs. *The Learning Organization*, 5, 3, 144-155.
16. Hayek, F. A., Cantillon, R., & Higgs, H. (1932). *Essai Sur la Nature du Commerce en General. The Economic Journal*, 42, 165, 6.
17. Jean-Baptiste, Say. *A Treatise on Political Economy*. doi:10.4324/9781351315685.
18. Culley, Jennifer R. (2013). A Glossary of Political Economy Terms. *Reference Reviews*, 27, 5, 22-23. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/RR-02-2013-0039>.
19. Knight, F. H. (2005). *Risk, uncertainty and profit*. New York: Cosimo Classics. XIV.

Дата надходження до редакції авторського оригіналу: 08.09.2020