

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ

Навчальний посібник

Укладач **Молдован А.Д.**



Чернівці

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
2020

УДК 338.46:96

П 320

Рекомендовано до друку вченою радою
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
(протокол № 1 від 03.02.2020 року)

Рецензенти:

Закатнов Д. О. – кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач лабораторії професійної кар'єри Інституту професійно-технічної освіти НАПН України;

Жукотинський К.К. – кандидат педагогічних наук, доцент, начальник Чернівецького обласного управління Комітету фізичного виховання і спорту Міністерства освіти і науки України

П 320 Підприємницька діяльність у галузі фізичної культури і спорту :
навч. посібник / укл. А.Д. Молдован. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т
ім. Ю. Федьковича, 2020. – 104 с.

У навчальному посібнику актуалізовано проблему розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів із фізичної культури і спорту. Розкрито теоретико-практичні засади професійної підготовки таких фахівців, що відображаються в ідейно-змістовій цілісності фізкультурно-спортивної та підприємницької діяльності. Розглянуто основні напрями, ефективні форми і методи такої підготовки. Особливий акцент зроблено на висвітленні сутнісних характеристик і основних складових розвитку підприємницької компетентності майбутніх фахівців у галузі фізичної культури і спорту в закладах вищої освіти. Наведено перелік орієнтовних тем, пропонується для засвоєння у процесі вивчення інтегрованого навчального курсу варіативного блоку, методичні рекомендації, список рекомендованої літератури.

Для викладачів, студентів, магістрів та фахівців у галузі фізичної культури і спорту, аспірантів, докторантів. Може використовуватися для самоосвіти та підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників, а також у системі післядипломної освіти.

УДК 338.46:96

© Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, 2020

Навчальне видання

**ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ
У ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ**

Навчальний посібник

Укладач **Молдован Андрій Дмитрович**

Відповідальний за випуск – **Молдован А.Д.**
Літературний редактор – **Макарова О.П.**

Підписано до друку 23.11.2020. Формат 60x84/16.

Папір офсетний. Друк різнографічний. Умов.-друк. арк. 5,7.

Обл.-вид. арк. 6,1. Тираж 50. Зам. Н-068.

Видавництво та друкарня Чернівецького національного університету.

58012, Чернівці, вул. Коцюбинського, 2.

e-mail: ruta@chnu.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 891 від 08.04.2002.

ЗМІСТ

Вступ	4
Тематичний план навчального курсу варіативного циклу дисциплін (за вибором магістрантів).....	15
Зміст курсу	17
Модуль 1	17
Модуль 2	36
Модуль 3	61
Модуль 4	77
Список використаних джерел	91
Додаток 1. Поняття «підприємництво» у визначеннях зарубіжних дослідників.....	95
Додаток 2. Методика КОС (вивчення комунікативних і організаторських схильностей майбутніх магістрів із ФКіС)	96
Додаток 3. Методика М. Рокича «Ціннісні орієнтації».....	101

Вступ

Трансформаційні процеси, що відбуваються в економіці Української держави, посилюють значення підприємництва як самостійного соціально-економічного явища. У програмному документі «УКРАЇНА 2030: Доктрина збалансованого розвитку» наголошується, що «найвищою цінністю соціально нової моделі економічного розвитку є Людина, а головною рушійною силою розвитку – реалізація креативного потенціалу нації». При цьому «економічний вимір креативності полягає у виявленні її впливу на підприємництво, генерування і стимулювання інновацій, підвищення продуктивності та економічне зростання». У зв'язку з цим національною візією України до 2030 року передбачено використання творчого потенціалу особистості як «ключового драйвера» інклюзивного розвитку країни у світовому просторі, заохочення підприємницької ініціативи кожного громадянина, створення «комфортного бізнес-клімату» і забезпечення свободи реалізації бізнес-ідей. Відтак підприємницька діяльність на сучасному етапі цивілізаційного розвитку постає основою соціально-економічного поступу країни, дієвим способом реалізації цілей сталого розвитку, зокрема, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян.

Упродовж останнього десятиліття в Україні суттєво змінились умови здійснення підприємницької діяльності. Вдосконалення законодавчої бази, входження Української держави у світовий ринковий простір, певна стабілізація державної економіки, запровадження нових моделей її розвитку зумовили формування нового прошарку суспільства – підприємців. Право на підприємницьку діяльність закріплено ст. 42 Конституції України. Концептуальні положення щодо підтримки підприємницької ініціативи громадян України та розвитку підприємницької компетентності майбутніх фахівців різних спеціальностей сформульовано в законодавчих актах і нормативних документах, а саме: в Законах України «Про підприємництво» (1991), «Про підприємства в Україні» (1991), «Про господарські товариства» (1991), «Про власність» (1992), «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» (1992), «Про оренду майна державних підприємств та організацій» (1992), «Про банкрутство» (1992), «Про

захист від недобросовісної конкуренції» (1996), «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» (2000), «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» (від 17 травня 2013 р.) та ін. Змістом законодавчих актів окреслено види й організаційні форми підприємств, правила їх створення, реєстрації, реорганізації і ліквідації, схарактеризовано організаційний механізм здійснення підприємницької діяльності.

Засвоєння правових норм у процесі професійної підготовки, усвідомлення загальних гарантій прав підприємців, правових засад державної підтримки підприємництва й особливостей державного регулювання підприємницької діяльності надає громадянам України, і зокрема майбутнім фахівцям у галузі фізичної культури і спорту, впевненості у своїх силах, формує переконання щодо можливості досягти значних успіхів на теренах Української держави.

У вітчизняному законодавстві і наукових виданнях досить чітко визначені мета і завдання підприємницької діяльності. Загальновизнано, що підприємницька діяльність – це діяльність, спрямована на одержання прибутку. У ст.42 Господарського кодексу України у визначенні поняття «підприємництво» як одна з його цілей названо одержання прибутку. Згідно з ч. 1 ст. 142 Господарського кодексу України, прибуток (доход) суб'єкта господарювання є показником фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань. Прибуток (дохід) суб'єкта господарювання – це основний узагальнюючий показник фінансових результатів його господарської діяльності. У Цивільному кодексі України основна мета підприємницької діяльності – це одержання прибутку та його наступний розподіл між учасниками (ст.84 ЦК). Закон України «Про підприємництво», що діяв до 2000 року, поняття «підприємництво» не визначило інших цілей, крім одержання прибутку. Вказівка на задоволення суспільних потреб як на мету або, принаймні, на одну з цілей підприємницької діяльності не зустрічалася в законодавстві до введення в дію Господарського кодексу України. У ст. 42 Господарського кодексу України, поряд з метою одержання прибутку,

зазначено досягнення економічних та соціальних результатів. Таким чином, зважаючи на сучасне визначення поняття «підприємництво», йдеться про дві цілі підприємництва: досягнення економічних і соціальних результатів, тобто спрямованість на задоволення суспільних потреб у товарах, роботах і послугах та одержання прибутку.

Методика і технологія розвитку підприємницької компетентності (РПК) передбачає формування підприємницької поведінки і вмінь відзначається гуманітарним підходом. Вона ґрунтується на формуванні ролі, уяви і визначених особистісних вмінь, характерних для підприємця, здобуванні та впровадженні знань залежно від актуальних і майбутніх потреб майбутнього магістра-підприємця, на створенні міжособистісних зв'язків (мережі) між учасниками господарського життя та побудові системи особистих мотивацій для ведення власної господарської діяльності. У наведеній методиці зберігається зв'язок між технічним і гуманітарним, підходами до розвитку підприємницької компетентності.

У розробленні методики РПК враховано актуальність формування творчого потенціалу особистості, підвищення ініціативності магістрантів, їхньої підприємливості, нового ставлення до процесу навчання, вміння самостійно знаходити необхідні знання для розв'язання різних практичних завдань. При цьому не ставиться мета загальної підготовки з майбутніх магістрів із ФКіС підприємців. Це неможливо та й не потрібно, оскільки не кожний випускник може досягти реальних успіхів у цьому виді діяльності. Але розуміння магістрантами цілей і принципів її організації, особливостей їх застосування на практиці дозволить сформувати світоглядну позицію, відкриє ті потенціали випускника фізкультурного факультету, про які він сам, можливо, і не здогадувався, допоможе швидше адаптуватися в динамічному соціальному середовищі. Знання, вміння і навички у сфері підприємницької діяльності стануть орієнтиром у кар'єрному зростанні, допоможуть розвинути ділову активність, відчутти впевненість у своєму майбутньому. Розвиток підприємницької компетентності майбутніх магістрів із фізичної культури і спорту відбувається як через зміст спеціальних дисциплін, так і факультативних занять з основ підприємництва, економіки, психології та завдяки відповідним формам, методам, технологіям

розвитку особистісних якостей підприємця. Для переважної більшості майбутніх магістрів із ФКіС розвиток підприємницької компетентності є ключовим фактором досягнення успіху у сфері надання оздоровлювальних послуг, створенні спортивних підприємств. Розвинута підприємницька компетентність відкриває перед ними нові можливості щодо соціалізації у суспільстві, самореалізації у підприємницькій і комерційній діяльності.

Методичні рекомендації щодо розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів з фізичної культури і спорту зорієнтовані переважно на реалізацію компетентнісного і діяльнісного підходів до освітнього процесу як педагогічного явища, визначеного державними освітніми стандартами. У методичних рекомендаціях зазначено, що високий рівень підприємницької активності у постіндустріальному суспільстві – це той елемент, без якого сталий розвиток неможливий у жодній країні світу. Він призводить не лише до збільшення рівня податкових відрахувань, зростання ВВП, створення робочих місць, підвищення рівня життя людей. Він також породжує соціальні та ментальні зміни, формує середній клас, дозволяє людині відчувати себе господарем своєї долі, перестати бути залежним від влади чи роботодавця. Методичні рекомендації охоплюють методику і технологію поетапного розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів із ФКіС, способи діагностики рівнів розвитку підприємницьких якостей (анкети, тести, завдання тощо), методи корегування процесу розвитку підприємницької компетентності, семінарів і тренінгів.

У теорії і практиці вищої освіти накопичено значний досвід, який може слугувати підґрунтям удосконалення професійної підготовки майбутніх магістрів, зокрема в університетах фізичної культури і спорту. Вченими розглядаються: проблеми філософії сучасної професійної освіти, пов'язані з розвитком підприємництва і підприємницької компетентності у межах соціально-проектної діяльності (М. Згуровський, В. Кремень, Н. Ничкало, В. Радкевич, О. Романовський, Т. Сущенко, О. Устенко, О. Щербак та ін.); концептуальні положення щодо особистісного і професійного становлення майбутніх фахівців, їхньої професіоналізації в сучасних соціально-економічних умовах, розвитку підприємницької компетентності (Т. Бахор, З. Варналій, І. Гой, І. Грищенко, Л. Донець,

Д. Закатнов, В. Збарський, О. Ігнатюк, Т. Лазанська, В. Мадзігон, С. Мединський, Ю. Мічуда, С. Мочерний, О. Скібіцький, І. Цигилик й ін.); психолого-акмеологічні аспекти професійної підготовки майбутніх магістрів та формування підприємницьких якостей особистості майбутніх підприємців (А. Бодальов, В. Бочелюк, Л. Карамушка, В. Лукашук, С. Максименко, Ю. Пачковський та ін.); підготовки майбутніх фахівців до підприємницької діяльності у закладах професійної освіти (Л. Базиль, Д. Закатнов, В. Орлов, Г. Матукова та ін.); методико-технологічні аспекти забезпечення процесу розвитку підприємницької компетентності молоді (С. Алексєєва, М. Ткаченко Г. Назаренко, М. Шостак та ін.).

Методично ефективне викладання навчального курсу варіативного циклу дисциплін (за вибором студентів) «Підприємницька діяльність у галузі фізичної культури і спорту» сприяє розв'язанню суперечностей, що виникають між: потребою суспільства у вмотивованих до розвитку підприємницької компетентності фахівцях і недостатньою теоретичною та практичною розробленістю педагогічних умов, що забезпечують цей розвиток у процесі професійної підготовки в університетах фізичної культури і спорту; необхідністю цілеспрямованого формування підприємницької компетентності майбутніх магістрів з ФКіС і невідповідністю існуючих в університетах фізичної культури і спорту педагогічних технологій та методик, які б забезпечували інтеграцію процесів розвитку професійної і підприємницької компетентності суб'єктів освітнього середовища; об'єктивною потребою вдосконалення процесу формування професійної компетентності майбутніх магістрів з ФКіС в університетах та недостатнім психолого-педагогічним забезпеченням формування уявлень про комерційний успіх, здатності до працевлаштування і розвитку компетентності щодо розбудови власного бізнесу.

Навчальний курс «Підприємницька діяльність у галузі фізичної культури і спорту» розроблено для майбутніх магістрів з ФКіС і спрямовано на становлення їхньої підприємницької компетентності у процесі професійної підготовки в університетах ФКіС, становлення майбутніх магістрів як конкурентоспроможних фахівців, які володіють комплексом особистісно-професійних якостей відповідно до цивілізаційних викликів, запитів суспільства та вимог сучасного ринку надання послуг у сфері фізично культури і спорту. Сутність

підприємницької компетентності деталізуємо комплексом якостей особистості, що забезпечують зростання пізнавальної і ділової активності; розробку індивідуальної освітньої траєкторії; набуття цілісної та якісної освіти, в які органічно інтегруються спортивна і підприємницька складові; орієнтування в можливих напрямках фізкультурно-спортивної і підприємницької діяльності та кар'єрного зростання.

Мета курсу полягає в зростанні рівнів сформованості підприємницької компетентності майбутніх магістрів на основі актуалізації особистісно-значущого сенсу здобуття вищої професійної освіти, формування позитивної професійної Я-концепції шляхом розкриття сутності і структури підприємницької компетентності, змісту підприємницької діяльності.

Методика розвитку підприємницької діяльності майбутніх магістрів із ФКіС спрямована на досягнення наступних **цілей**:

– вироблення позитивної мотивації до вивчення дисциплін, в яких закладаються основи спортивної і підприємницької діяльності;

– бачення перспектив самореалізації у практичному втіленні знань з основ підприємницької діяльності, економіки, маркетингу і менеджменту;

– розвиток підприємницьких умінь і навичок (навички спілкування з клієнтами, партнерами, співробітниками; навички продажів послуг у галузі ФКіС, тобто надання допомоги у розвитку фізичної культури і здоров'я; навички брендінгу, тобто вміння представляти у вигідному світлі свою компанію, послуги, товари і себе як тренера і бізнесмена; вміння ставити цілі і планувати їх досягнення на короткий строк і довгостроково; вміння працювати з фінансами);

– розвиток важливих підприємницьких якостей: *ділових* (кмітливість, оригінальність мислення, винахідливість, здатність до ризику, незалежність думок, автономність дій, швидкість реакцій на зміну ситуації, комунікабельність); *соціально-психологічних* (потреба у самореалізації і досягненні успіху, лідерство, самоорганізованість, ініціативність, потреба у заснуванні власної справи тощо); *професійних* (рівень освіти з ФКіС та обізнаність щодо підприємництва, самостійність у прийнятті рішень і підприємстві, вміння оцінювати реальну економічну ситуацію тощо); організаційні та управлінські здібності (вміння керувати людськими ресурсами,

здатність узгоджувати власні інтереси з інтересами партнерів, найманих працівників, здатність прогнозувати можливий стан підприємства, здатність управляти капіталом та ін.).

Для їх досягнення треба дотримуватися загальнодидактичних традиційних та інноваційних принципів: науковості; свідомості навчання; активності та самостійності; наочності навчання; ґрунтовності; принципу зв'язку навчання з практичною діяльністю, реаліями життя; інтенсифікації навчання; інтерактивного навчання; інноваційної наочності; креативного розвитку.

Завдання курсу: сформувати уявлення про підприємницьку діяльність у сфері ФКіС, актуалізувати процеси самовизначення особистості майбутнього фахівця в сучасному соціумі як початковий базовий етап розвитку підприємницьких якостей майбутніх магістрів, створити умови для подальшого розвитку підприємницької компетентності як особистісної якості майбутніх магістрів у галузі фізичної культури і спорту, сформувати позитивне ставлення до підприємництва, здатність реалізувати свої потенціали, знання, вміння і навички у фізкультурно-спортивній і підприємницькій діяльності, прагнення до успіху і самореалізації в різних напрямках соціально корисної праці.

Поставлене завдання виконується відповідно до етапів формування підприємницької компетентності шляхом акцентування уваги суб'єктів освітнього процесу на формування мотиваційно-ціннісного і когнітивно-процесуального компонентів підприємницької компетентності засобами інтеграції відомостей із психології, соціології, менеджменту і маркетингу та їх концентрації у змісті професійної підготовки майбутніх магістрів із ФКіС, критичного осмислення соціально-професійного досвіду фізкультурно-спортивної і підприємницької діяльності, морфологічно-функціональних особливостей та індивідуально-особистісних якостей спортсменів і підприємців, аналізу реалій суспільно-економічного розвитку та новітніх тенденцій ринкової економіки.

Методика РПК визначає зміст підприємницької компетентності майбутніх магістрів, який охоплює фахові знання, навички, вміння з основ підприємництва, такі професійно важливі якості, як фахова підприємницька культура та мислення, ставлення до майбутньої професійної діяльності. Для оптимізації навчального про-

цесу важливим є вибір викладачем ефективних методів навчання відповідно до кожного заняття, які безпосередньо впливають на розвиток у магістрантів підприємницького мислення, творчих здібностей, на якість засвоєння ними знань, реалізовує навчальну, виховну та розвивальну функції навчання. Доцільними критеріями відбору методів розвитку підприємницької компетенції є відповідність методів навчання принципам, меті і завданням навчання; змісту обраної теми; навчальним можливостям магістрантів (віковим, психологічним); наявним умовам навчання і відведеному на засвоєння навчального матеріалу часу; професійному рівню педагогічних працівників; можливостям допоміжних засобів навчання. Користуючись ними, кожен педагог визначає ті оптимальні методи, які дають можливість майбутнім фахівцям свідомо сприймати навчальну інформацію, бути активним у процесі навчання, допоможуть магістрантам виявити як знання, так і їх здібності, дозволять керуватися знаннями й уміннями, забезпечуючи здатність особистості до самореалізації та самоствердження, що максимально сприяє формуванню підприємницької компетентності в процесі навчання.

У курсі «Підприємницька діяльність у галузі фізичної культури і спорту» доцільним є використання низки груп методів.

Методи передачі знань: розповідь (про переваги малого бізнесу); пояснення (swot-аналіз малого бізнесу); бесіда (оцінка підприємницьких здібностей); лекція (інвестиційна діяльність); навчальні дискусії та диспути (визначення напрямку ведення підприємницької діяльності); робота з книгою (розрахунок ціни товару); метод прикладу (розробка рекламної компанії).

Методи організації діяльності в цілісному педагогічному процесі: вправа (практична робота, складання анкет для маркетингових досліджень); метод створення ситуацій коригування бізнес-проектів (податки і збори); інструктаж (у всіх випадках самостійної роботи магістрантів); спостереження (створення ідеї для проекту); метод ілюстрації і демонстрації (аналіз і презентація об'єктів проектної діяльності); дослідний метод (протягом усієї роботи над проектом).

Методи стимулювання і мотивації пізнавальної і підприємницької діяльності магістрантів: змагання (робота в групах, коли обирається лідер); заохочення (у всіх розділах курсу).

Методи контролю ефективності педагогічного процесу: усний індивідуальний контроль; усний фронтальний контроль; письмовий контроль; практичний контроль; машинний контроль; самоконтроль.

У результаті вивчення дисципліни магістранти повинні:

Мати уявлення: про основи малого бізнесу і його сучасних формах; про історію підприємництва та умови формування підприємницької діяльності в Україні зокрема.

Знати: види підприємницької діяльності; особливості підприємницької діяльності в галузі ФКіС без створення юридичної особи; схему організації власної справи; методику оцінювання фінансового стану свого бізнесу; шляхи досягнення фінансової стійкості власної справи; системи оподаткування підприємницької діяльності.

Вміти: складати бізнес-план з різних видів діяльності; проводити техніко-економічне обґрунтування ідеї; надавати розроблені бізнес-плани потенційним інвесторам.

До цього переліку можна за бажанням магістрантів додати ознайомлення з відкриттям ФОП, оформленням первинної документації, веденням книги доходів і витрат, обліку підприємця для податкових органів і спеціальних фондів, складання податкової звітності, прийому на роботу працівників і правильного їх оформлення, вироблення нарахувань та виплату заробітної плати найманим працівникам тощо.

Програма навчального курсу варіативного циклу дисциплін (за вибором магістрантів) «Підприємницька діяльність у галузі фізичної культури і спорту» розрахована на 76 год. (2 кредити ECTS) занять, із них: 22 год. лекцій, 26 год. практично-семінарських та тренінгових занять, 28 год. самостійної та індивідуальної роботи, 2 год. контрольного заняття. З урахуванням мотиваційно-ціннісного змісту розроблений курс доцільно впроваджувати на різних етапах професійної підготовки магістрів із ФКіС, а також екстраполювати окремі елементи змістового наповнення в контекст викладання навчальних дисциплін «Менеджмент спортивної організації» чи «Маркетинг у фізичній культурі і спорті», «Економіка масового спорту», «Рекреаційний туризм» тощо.

Навчальний курс варіативного циклу дисциплін (за вибором магістрантів) «Підприємницька діяльність у галузі фізичної культури і спорту» передбачає обов'язкове використання процесуальних

педагогічних технологій, заснованих на принципах особистісно-орієнтованої освіти (проектної, дослідницької, ігрової діяльності магістрантів).

Зміст навчального курсу варіативного циклу дисциплін (за вибором магістрантів) *«Підприємницька діяльність у галузі фізичної культури і спорту»* спрямовано на ознайомлення магістрантів із сутністю процесу та механізмів розвитку підприємницької компетентності, досягнення успіху у бізнесі, інструментами самодіагностики індивідуально-особистісних і професійно-діяльнісних якостей, ефективними способами подолання бар'єрів у розвитку підприємницьких якостей особистості фахівця.

Змістове наповнення модуля 1 «Підприємництво як соціально-економічне й психолого-педагогічне явище» присвячене розкриттю сутності підприємництва, аналізу позицій економістів, соціальних психологів, педагогів висвітлених у науковій літературі; визначенню цілей та умов розвитку підприємницької компетентності; висвітлює сучасні уявлення про підприємця і бізнесмена в галузі ФКіС та особливості ринку спортивних послуг в Україні, а також стан бізнес-освіти в економічно розвинених країнах світу.

У змісті модуля 2 «Розвиток підприємницької компетентності майбутніх магістрів у системі фізкультурно-спортивної і підприємницької підготовки в закладах вищої освіти» увага приділяється питанню інтеграції фізкультурно-спортивної і підприємницької діяльності, розвитку підприємницької культури в контексті професійного становлення. Розкривається зміст понять «підприємницька компетентність» і «професійна компетентність» магістра з ФКіС. Представлено основні форми і методи оволодіння підприємницькою компетентністю.

Змістове наповнення модуля 3 «Основні соціально-економічні чинники та психологічні фактори розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів з ФКіС» відображає індивідуально-особистісну та соціальну значущість розвитку підприємницьких якостей фахівця, а також способи і механізми самодіагностики індивідуально-особистісних і професійно-діяльнісних підприємницьких якостей особистості майбутніх магістрів, необхідних для досягнення успіху в бізнесі.

У програмі психолого-педагогічної підтримки РПК презентовані чинники розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів, способи активізації процесів формування підприємницьких якостей та подолання бар'єрів, зокрема аналіз вимог бізнесу, мотивація підприємницької діяльності та самореалізація фахівців із ФКіС у підприємницькій діяльності, уточнення суб'єктної позиції, позитивна професійна Я-концепція особистості майбутнього магістра з ФКіС щодо ролі і значущості його підприємницької діяльності у самовизначенні в соціумі та його можливих ролей у бізнесі (найманий працівник, маркетолог, менеджер, генератор ідей, лідер тощо). З цією метою магістранти залучаються до рефлексії та самооцінки як умови саморозвитку і визначення реальних цілей.

Зміст модуля 4 «Моделювання розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів» безпосередньо спрямовано на формування комплексних навичок, способів діяльності, розвиток індивідуально-особистісних і професійно-діяльнісних якостей фахівця, які утворюють зміст та структуру підприємницької компетентності, забезпечують успіх у майбутній підприємницькій діяльності. Зміст модуля охоплює моделювання ситуацій підприємницької діяльності на етапах РПК, навчальне бізнес-проектування, тренінги для майбутніх підприємців у галузі фізичної культури і спорту.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ
«ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ
У ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ»**

	Теми занять	Всього годин	Лекційні заняття	Практичні семінарські тренінги	Самостійні та індивідуальні	Форми самоконтролю
Модуль 1 «Підприємництво як соціально-економічне й психолого-педагогічне явище»						
1.1	Сутність підприємництва в науковій літературі й соціально-психологічній практиці	2	1	-	1	Дискусія
1.2	Аналіз вимог ринку послуг у галузі ФКіС	4	2	2	-	Міні-доповідь
1.3	Бізнес-освіта в країнах ЄС і США	2	1	-	1	-
1.4	Зміст поняття «підприємницька компетентність» і «професійна компетентність» магістра з ФКіС	2	2	-	-	Есе
1.5	Цілі й етапи розвитку підприємницької компетентності	4	-	2	2	Виступи з власними думками
Модуль 2 «Основні чинники розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів у системі фізкультурно-спортивної і підприємницької підготовки в закладах вищої освіти»						
2.1	Індивідуально-особистісна та соціальна значущість розвитку підприємницьких якостей фахівця	4	1	1	2	Бесіда самодіагностика
2.2	Сучасні уявлення про підприємця і бізнесмена в галузі ФКіС	4	1	1	2	Рефлексія Міні-доповідь
2.3	Інтеграція фізкультурно-спортивної і підприємницької діяльності	4	1	2	1	План, алгоритм дій
2.4	Підприємницька культура майбутнього магістра в контексті його професійного розвитку.	4	-	2	2	-

Модуль 3 «Психолого-педагогічні фактори розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів з ФКіС»						
3.1	Рефлексія та самооцінка як умови саморозвитку і визначення реальних цілей	4	-	2	2	Рефлексія, самооцінка
3.2	Мотивація професійної діяльності і розвитку підприємницької компетентності магістрантів Тест-опитувальник мотивації досягнення А. Маграбяна	2	1	1	-	-
3.3	Суб'єктна позиція, позитивна професійна Я-концепція як фактор успіху у бізнесі і професійній діяльності. Тренінг професійного самовизначення майбутніх магістрів.	4	1	1	2	Самоаналіз
3.4	Програми психолого-педагогічної підтримки РПК. Визначення життєвих цінностей і цілей розвитку бізнесу. Рольова гра «Інтерв'ю»	4	1	2	1	Рефлексія
3.5	Бізнес-проекування.	16	4	4	6	Бізнес-проект
Модуль 4 «Моделювання і реалізація процесу розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів»						
4.1	Моделювання ситуацій підприємницької діяльності на етапах РПК	6	2	2	2	-
4.2	Баланс успіхів і невдач. Вправа «Мрія – мета – реалії». Аналіз «мета і засоби».	2	-	1	1	Рефлексія Самоаналіз 3
4.3	Тренінги для підприємців	4	-	2	2	-
4.4	Тренінг «Підприємницький успіх»	4	-	2	2	-
Контрольно-залікове заняття		2	-	-	-	-
Всього		76	20	26	30	

ЗМІСТ КУРСУ

Модуль 1

1.1. Сутність підприємництва у науковій літературі й соціально-психологічній практиці

В умовах трансформації ринкової економіки України розвиток підприємництва стає основою економічного і соціального розвитку, розв'язання соціальних проблем, подолання безробіття, бідності та забезпечення високого рівня життя громадян. Із моменту набуття Україною незалежності відбувається поступове становлення вітчизняного підприємництва як самостійного соціально-економічного явища. За останні роки умови ведення підприємницької діяльності в Україні суттєво змінились. Вдосконалення законодавчої бази, поступове входження на світовий ринок, стабілізація економіки держави – все це впливає на діяльність як українських, так і закордонних підприємств, що працюють в Україні. З переходом України до ринкової економіки в країні формується новий прошарок суспільства – підприємці. Право на підприємницьку діяльність закріплено ст. 42 Конституції України. Концептуальні положення щодо розвитку підприємництва і розвитку підприємницької компетентності громадян України визначено у законодавчих і нормативних актах, які регулюють організаційно-правові засади здійснення підприємницької діяльності. Питання підприємництва та розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів розглядають у царині економіки, соціології, менеджменту, психології. У психології вивчають особливості розвитку підприємницьких якостей особистості, особливості корпоративних відносин і створення команди (Ю. Білова, В. Мадзігон, Г. Матукова, Н. Побірченко, О. Проценко, Е. Сулаєва та ін.); в соціології – соціальні аспекти підприємництва і бізнесу крізь призму суспільства, переваги форм взаємодії соціальних груп досліджували переважно зарубіжні вчені (Дж. Мак-Клеланд, Р. Брокхауз, Д. Катц, Р. Кійосаки, Дж. Флемінг, Р. Мітчел та ін.); в менеджменті – організаційні проблеми створення підприємства, досягнення успіху в підприємницькій діяльності (Р. Кійосаки, Дж. Флемінг, Р. Мітчел). Науковці досліджують підприємництво як соціально-психологічне явище, взаємозв'язок із суспільним поступом прагнення до комерційного успіху і отримання прибутку (А. Сміт, Ж.Б. Сей, А. Камінка,

Ф. Гайек, П. Друкер, Л.І. Абалкін та ін.), дії в умовах ризику (Р. Кантільон, А. Сміт, А. Петражицький); поєднання функції власника капіталу, найманого керуючого і працівника (Ж. Бодо); наявність комерційної ідеї (А. Сміт, П. Друкер); комбінування ресурсами і переміщення капіталу в зону максимальної прибутковості (Ж.Б. Сей, Й. Шумпетер, П. Друкер); певний набір особистісних якостей (Й. Шумпетер), свобода у виборі напрямів та методів діяльності (Л. Абалкин); наявність власного капіталу (А. Сміт); генерація нової ідеї або технології, пропозиції нової послуги чи товару, освоєння нового сегмента ринку (П. Друкер); сутність і структуру підприємницької компетентності як складової частини професійного становлення фахівця у вимірі акмеології та психології професійного розвитку; процеси розвитку підприємницької компетентності випускників ЗВО, молодих фахівців, менеджерів, оцінювання та розвитку підприємницької компетентності персоналу з позицій соціології та психології (О. Бажин, Л. Карамушка); особливості мотивації, психофізіологічні характеристики особи, котра прагне до підприємницького успіху; вплив ділової активності у підприємстві на функціонування і продуктивний розвиток установ, виробництв та організацій (В. Позняков, О. Романовський, Т. Яковенко, Л. Якокка).

Майбутні магістри з ФКіС для успішної підприємницької діяльності мають засвоїти ключове правило – отримання прибутку – це важлива, але не головна мета. Найважливіше для справжнього підприємця – мотивація використання прибутку з метою його подальшого кар'єрного зростання і професійної самореалізації. Отже, змінюється співвідношення між матеріальною зацікавленістю і мотивацією трудової діяльності. Для майбутнього підприємця на перший план виходить мотивація діяльності, оскільки все, що виробляється, належить йому: права власності на засоби виробництва, продукт і прибуток. Для успішного підприємництва необхідним є певне економічне середовище і клімат, що реально забезпечували б самоврядування, свободу господарського вибору, можливість ефективного використання прибутку, тобто необхідний ринково-конкурентний режим господарювання. Разом з тим, особливістю мотивації підприємця магістра з ФКіС є успіх у

реалізації професійних знань із менеджменту та маркетингу, економіки масового спорту тощо.

Представлення питань щодо підприємництва часто впливає із двох альтернативних концепцій. Одна з них твердить, що кожна людина є від природи підприємливою і тому потребує винятково «технічних» знань зі сфери підприємництва в широкому розумінні. Друга передбачає, що в кожній людині прихований потенціал підприємницьких здібностей, але не всі усвідомлюють їх рівень та можливості використання. Перший підхід можна назвати технічним, натомість другий – гуманітарним.

Розвиток підприємницької компетентності залежить від того, як майбутні магістри з ФКіС засвоїли основи економічних знань і маркетингу, викладання яких передбачено програмою загально-освітньої школи, а у ЗВО навчальними планами бакалавратури і магістратури. Результати наших досліджень підтверджують думку, що формування підприємницьких якостей особистості фахівця відбувається тоді, коли майбутні магістри утвердилися у своїх ціннісних орієнтаціях, беруть участь у студентському самоврядуванні та дослідницькій діяльності, виконують роль організаторів студентських справ, визначають пріоритети та обирають напрями професійної діяльності, планують створення власної справи тощо. Отже, цей процес має вирішуватися комплексно усією системою професійної підготовки майбутніх спортсменів і вчителів фізичної культури.

Провідним завданням вищої освіти на державному рівні визначено забезпечення умов для особистісного й професійного становлення майбутніх фахівців, їхнього зростання у професійній діяльності, що зумовлює необхідність пошуку, наукового обґрунтування та практичного впровадження найбільш ефективних, соціально прийнятних стратегій професійної підготовки у ЗВО. Створення необхідних педагогічних умов для формування відповідних особистісних якостей і розвитку підприємницької компетентності вимагає змін у підходах до організації навчально-виховного процесу в ЗВО. Особливого значення набуває підприємницькій підхід у професійній підготовці.

Фізична культура і спорт – це багатофункціональне явище, що забезпечує виявлення та уніфікацію людських можливостей, сприяє соціально-суспільному формуванню людей, які дбають про зрос-

тання рівня культури в суспільстві, про здоров'я людей, шукають можливості для вдосконалення фізичних якостей людського організму, опікуються залученням до фізичної культури і спорту якомога більшої кількості аматорів і професіоналів. Питання професійної підготовки майбутніх магістрів фізичної культури і спорту до підприємницької діяльності є особливо актуальним як з погляду працевлаштування випускників ЗВО, так і розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. Це зумовлено низкою чинників, з-поміж яких: криза світової і вітчизняної системи вищої освіти, викликана її недостатньою ефективністю у сфері підготовки конкурентоздатних фахівців, які задовольняють вимоги сучасного ринку праці у той час як державна стратегія розвитку освіти спрямована на підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку освітніх послуг. Тому серед особистісних і професійних якостей майбутніх фахівців у сфері фізичної культури значущими компонентами, що визначають їхню конкурентоздатність, є не тільки професійна, а й підприємницька компетентність. Отже, актуальним завданням сучасних педагогічних досліджень є виявлення сприятливих умов для формування й розвитку підприємницької компетентності випускників закладів вищої освіти.

Сучасні соціально-економічні умови в Україні спричиняють невизначеність у життя кожної людини, в т.ч. і випускників університетів фізичної культури і спорту. До того ж вік спортсмена з об'єктивних причин досить обмежений. Після його завершення більшість фахівців змушені припинити спортивну кар'єру і шукати іншу роботу, інші можливості для реалізації своїх потенціалів. До цього треба бути підготовленим. Тому однією з цілей розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів з ФКіС є підготовка випускника університету фізичної культури до реальних умов сучасного ринку праці. Слід зазначити, що перехід людини з однієї соціальної групи, наприклад, магістра з ФКіС, в іншу – бізнесмен, визначається не тільки сумою грошових коштів або матеріальних благ, наявних в її розпорядженні, а й значною мірою – її свідомістю, що докорінно відрізняється у найманого робітника і вільного підприємця. Саме психологічні компоненти: мотивації, установки, вольові якості та інші особистісні параметри, визначають, чи стане людина підприємцем чи ні. Більш того, сукупний

менталітет жителів країни визначає її політичну систему, темпи демократичних перетворень і характеристики промислового зростання. Тому одних лише економічних категорій недостатньо для розуміння сутності підприємництва, і для опису цього соціально-економічного феномена потрібне залучення психологічних категорій. Ті фахівці з фізичної культури і спорту, хто обирає шлях підприємця, мають розвинути в собі підприємницьке мислення, вдосконалити або перепрофілювати свою здатність співпрацювати в команді і невеликих колективах, швидко знаходити вихід із складних нестандартних ситуацій, проявляти гнучкість, терпимість, моральну і фізичну витривалість, навчитися бути толерантним у спілкуванні з клієнтом і колегами по бізнесу. Ці особистісні психологічні якості зумовлені вимогами до підприємницької діяльності.

Розвиток підприємницької компетентності сприяє гармонізації інтересів кожного підприємця, працівників комерційних структур і підприємства в цілому. Це не виключає необхідності у майбутньому оволодіти знаннями в галузі економіки і бухгалтерського обліку, маркетингу і менеджменту, але мотивація оволодіння підприємницькими якостями і підприємницькою компетентністю в цілому може і повинна бути закладена під час навчання в університеті.

1.2. Бізнес-освіта в країнах ЄС і США

У країнах ЄС і США, на відміну від України, не виникає суперечок щодо підприємництва як рушійної сили в економічному і соціальному розвитку. Утвердилося незаперечне переконання, що навчання підприємству сприяє формуванню особливого підприємницького мислення, більш ефективному використанню творчого потенціалу молоді, їхніх знань і умінь. У цьому сенсі формування і розвиток підприємницьких якостей стає пріоритетом освітньої політики Європейського союзу. Підприємницькі якості не вважаються чимось, що приходить до людини лише від природи. Підприємство – це дисципліна і, як будь-якій дисципліні, їй можна навчитися. Ключовим завданням для системи освіти у цій ситуації стає формування у студентів підприємницьких якостей. Вважається, що чим більша кількість підприємницьких якостей проявляється в людині, тим більша вірогідність того, що вона успішно подолає бізнес-задачі, які перед нею виникають. І відповідно, відсутність

певних підприємницьких якостей знижує її ефективність у бізнес-діяльності.

Аналізуючи досвід організації бізнес-освіти та підприємницької діяльності в США та інших економічно розвинених країнах, О. Романовський наводить структуру наук (дисциплін), що є складовими національної системи бізнес-освіти США. Особливо наголошує на таких дисциплінах, як підприємництво, виробництво, робота і праця, етика бізнесу, валеологія, екологія і збереження ресурсів.

У США академічна підготовка до роботи у сфері менеджменту та бізнесу здійснюється на базі численних бізнес-шкіл. Після отримання ступеня бакалавра студенти будь-яких спеціальностей, у тому числі й фахівці в галузі спорту, можуть продовжити навчання за магістерськими програмами MBA (Master of Business Administration), що збільшує їхні можливості для побудови успішної кар'єри в галузі бізнесу та управління.

Академічний рівень Postgraduate в США представлений магістратурою і докторантурою. Навчання за цими програмами відрізняється від навчання в бакалавраті і є найбільш престижним і серйозним. Ступінь магістра – це проміжний академічний ступінь між бакалавратом та докторантурою. В Америці саме поняття «вища освіта» відноситься, в першу чергу, саме до магістратури. На цьому рівні студенти отримують поглиблені знання і більш вузьку спеціалізацію. Крім того, випускники, які мають ступінь магістра, більш затребувані роботодавцями. Програми магістратури тривають менше, ніж програми бакалаврату, і пропонуються в більшості університетів США. Зокрема, пропонуються програми магістратури кількох типів: академічні та професійні.

За академічними програмами готують магістрів гуманітарних наук (M.A), магістрів наук (B.S) і магістрів філософії (MPhil). Дані ступені зазвичай присвоюються після проходження дворічної програми, що поєднує академічне навчання та наукові дослідження. Передбачається також написання дипломної роботи і / або усний іспит. Після отримання ступеня магістра студенти можуть подавати документи в докторантуру.

Професійні програми магістратури зазвичай прив'язані до певної спеціальності і передбачають можливість переходу в докторантуру.

До таких ступенів належать: магістр ділового адміністрування (MBA), магістр педагогіки (Med), магістр у сфері соціальної роботи (MSW), магістр мистецтв (MFA) та ін. Як правило, для присвоєння таких ступенів не потрібне написання дипломної роботи.

У більшості американських університетів програми магістратури припускають проходження 6-8 навчальних курсів, а також підготовку дипломної роботи і / або проекту. Деякі програми також включають стажування, за проходження якого студенту нараховуються кредити.

На рівні магістратури студенти вивчають тільки ті предмети, які мають безпосереднє відношення до їх спеціалізації. У ряді випадків магістранти навіть не можуть самі вибирати предмети. Навчатися в магістратурі можна стільки часу, скільки потрібно для отримання всіх необхідних кредитів. При цьому в більшості випадків студенти вивчають усю програму магістратури за 2 академічні роки. При інтенсивному навчанні ступінь магістра можна отримати всього за 1 рік.

Вважається, що перевагами американської бізнес-освіти є те, що: американська система освіти безліч бізнес-шкіл і навчальних програм із менеджменту, серед яких кожен студент зможе знайти підходящу для себе. Навчальні заклади США славляться на весь світ найпередовішою і найякіснішою освітою в галузі бізнесу та управління. Американські бізнес-школи пропонують студентам кар'єрно-орієнтоване навчання і готують до роботи в реаліях сучасної бізнес-індустрії. За рахунок активної співпраці з різними компаніями бізнес-школи США випускають молодих фахівців, які вже мають досвід роботи і ділові зв'язки. Випускники американських шкіл бізнесу високо цінуються на ринку праці, можуть розраховувати на успішне працевлаштування в Америці і за її межами, а також на високу заробітну плату і кар'єрне зростання.

За версією U.S. News Education 2015, кращими для отримання бізнес-освіти в США стали Стенфордський, Гарвардський і Пенсільванський університети. Стенфордський університет (Stanford University) знаходиться в Каліфорнії і є одним із найбільш іменитих закладів вищої освіти США. Так, у 2011 році університет посів другу позицію в Академічному рейтингу університетів світу і п'яте місце в рейтингу кращих навчальних закладів США за версією Forbes.

Школа бізнесу Стенфорда – одна з 7 шкіл університету і одна з кращих бізнес-шкіл світу. Заснована в 1925 році, сьогодні школа пропонує навчання за програмою MBA, MSx (підготовка менеджерів середньої ланки) і Ph.D за сімома різними спеціальностями. Пріоритетом школи є всеосяжна підготовка студентів до роботи на вищих управлінських посадах, а також допомога в розкритті потенціалу і талантів учнів. Випускники Стенфордської бізнес-школи є засновниками таких компаній, як Hewlett-Packard, Electronic Arts, Sun Microsystems, Nvidia, Yahoo!, Cisco Systems, Silicon Graphics і Google.

Harvard University – це, мабуть, найвідоміший університет США. Він щорічно входить до списку кращих навчальних закладів світу за рейтингом Times Higher Education World University Rankings і є членом престижної академічної Ліги Плюща. Гарвардська бізнес-школа пропонує навчання за програмами MBA, докторантури, а також за програмами підвищення кваліфікації. Академічні курси школи готують студентів за цілою низкою спеціальностей, включаючи фінанси, економіку, менеджмент, маркетинг, логістику тощо. Серед випускників школи управлінці таких компаній, як JPMorgan Chase & Co., Hewlett-Packard, General Electric.

Пенсільванський університет (University of Pennsylvania) знаходиться в Філадельфії і також входить до іменитої Ліги Плюща. Університет є одним з найстаріших навчальних закладів США і вважається по-справжньому елітним місцем для здобуття вищої освіти. Викладання менеджменту і бізнес-дисциплін тут здійснюється на базі Уортонської школи бізнесу, першої у світі бізнес-школи, заснованої в 1881 році. У школі навчаються студенти з усього світу, а до її складу входить 11 факультетів і 20 дослідницьких центрів. На різних академічних рівнях тут можна здобути освіту з менеджменту і управління, маркетингу, нерухомості, статистики, фінансів і обліку, бізнесу і державної політики, управління ризиками тощо. Випускники школи особливо високо цінуються по всьому світу, серед них – управлінці та директори Apple Inc., LinkedIn, J.D. Power and Associates. За рейтингом, складеним самими студентам американських бізнес-шкіл, до лідерів у галузі бізнесу та управління належать також Університет Вейк Форест, Університет Нотр-Дам, Корнельський університет та інші.

Молоді фахівці, які здобули бізнес-освіту в американських університетах, мають дуже високі шанси на успішне влаштування в будь-якій країні світу. Вони можуть влаштуватися на управлінські посади в тій чи іншій компанії або приступити до побудови і розвитку власної справи. Наявність вищої освіти в галузі менеджменту та бізнесу дає можливість для роботи практично в будь-якій галузі і до цілим рядом спеціальностей, включаючи фінанси і бухгалтерську справу, маркетинг і рекламу, банківську справу, управління кадрами, бізнес-консалтинг тощо. У даний час найбільш затребуваними на ринку праці США є фахівці в галузі фінансового аналізу, менеджменту фінансових операцій, бюджетного менеджменту, а також управління ризиками. В Америці регулярно зростає кількість жінок, які працюють у галузі бізнесу та управління. При цьому найбільша кількість вакансій пропонується в Нью-Йорку, Бостоні, Х'юстоні, Сіетлі та Сан-Франциско. Залежно від регіону і роботодавця, заробітна плата фахівця зі ступенем MBA в США складає \$ 70,000 - \$ 120,000 в рік, а зарплати початківців працівників починаються від \$ 30,000.

В Англії бізнес-освіта ґрунтується на вікових традиціях, що і робить цю країну такою цікавою і бажаною для молоді як самої Великої Британії так і країн світу. Великобританія пропонує на вибір безліч шкіл і університетів, де зберігають вірність засадам класичної освіти, але і не нехтують новаторськими методиками викладання. Саме тому Англія викликає прихильність до себе і вабить абітурієнтів з усього світу, пропонуючи якісну освіту, що спонукає до самостійності, активності і досягненню поставлених цілей.

Англійська бізнес-освіта цінується у всьому світі, оскільки тут перед студентами відкриваються двері найкращих університетів і шкіл економіки, в яких особливу увагу приділяють вихованню лідерських якостей. Дорослим, які вже мають за плечима навчання у вузі, є керівниками компаній або займаються власним бізнесом, але бажають розширити свої пізнання, отримати практичні навички, навчитися керувати і мислити ефективно, Великобританія пропонує отримати бізнес-навчання у своїх кращих тренінгових школах.

Відомо, що кваліфіковані управлінці потрібні будь-якій компанії незалежно від її місця розташування – будь-то Європа чи Америка. І отримати якісну бізнес-освіту можна тільки в країні, яка

є світовим центром фінансової, торговельної та підприємницької діяльності. Англія – безперечний лідер у цій гонці. Вона може похвалитися значним списком шкіл MBA і центрів, які успішно пройшли акредитацію.

MBA або Master of Business Administration – це професійний кваліфікаційний ступінь у сфері менеджменту, що відкриває перед випускниками широкі можливості кар'єрного росту. Програма MBA дозволяє отримати ступінь магістра в галузі бізнес-адміністрування, її основна мета – формування у студентів навичок професійного керівника, отримання глибоких знань у галузі економіки й ділового адміністрування.

Великобританія по праву вважається світовим центром підприємницької діяльності, які має багатовікову історію, завдяки чому студенти отримують бізнес-освіту найвищої якості. Англія щорічно випускає понад 10 тис. студентів MBA. Широкий вибір бізнес-шкіл, найсильніший викладацький склад, можливість вибору програми навчання (класична або спеціалізація за певних предметів) – це суттєві переваги бізнес-навчання, яке триває всього 1 рік (на відміну від американських і австралійських шкіл, що забезпечує чималу економію і можливість отримати роботу вже через рік після початку навчання).

До числа кращих відноситься Lancaster University, який входить до першої десятки вищих навчальних закладів Великої Британії. Бізнес-школа при університеті є зразком європейської бізнес-освіти.

Досить популярною є відкрита в 1964 р. Hult International Business School, яка проводить навчання за програмами MBA, бакалаврату та магістратури. Заснована в Бостоні, школа відкрила нові кампуси у Лондоні, Дубаї, Сан-Франциско і Шанхаї. Hult входить в 100 кращих шкіл за версією Financial Times.

Знання у сфері бізнесу дає можливість моделювати алгоритми процесів із реалізації різних варіантів підприємницьких ідей. Підприємець, що має знання і навички у сфері бізнесу, діє не на підставі відомих стереотипів, а веде пошук нестандартних, нетипових рішень. Бізнес-освіта дає можливість опанувати навички на працювання та аналізу альтернатив розвитку процесів і подій у сфері бізнесу, розвивати лідерські якості, раціонально мислити в

умовах нестабільності та стресових ситуацій. Концептуально бізнес-освіту визначено складовою професійної освіти, яка орієнтована на задоволення потреб особистості, групи, суспільства, держави. Виділення бізнес-освіти в окрему складову пов'язане з формуванням більш широкою спектра не тільки професійних, але й ділових навичок. У бізнес-освіті, крім навчання підприємству і бізнес-стандартам, значна увага приділяється розвитку лідерства та бізнес-дослідженням. Така освіта дає підґрунтя для дій підприємця з урахуванням юридичного, управлінського, морально-етичного, економічного та інших аспектів діяльності. Вона дає ключові знання для ефективного використання наявних ресурсів та залучених інвестицій.

1.3. Особливості ринку спортивних послуг та сучасні уявлення про підприємця і бізнесмена в галузі ФКіС в Україні

Вивчення ринку послуг доцільно починати з аналізу запитів суспільства сталого розвитку та вимог ринку праці. Основною метою має залишатись мотивація позитивного ставлення до професійної діяльності і бізнесу в галузі ФКіС, спрямованість на розвиток підприємницьких якостей майбутніх магістрів. Важливо усвідомити, що успіх діяльності підприємств і організацій, які надають і продають послуги фізичної культури і спорту, значною мірою залежить від персоналу, що зумовлено специфікою процесу надання послуги – особистим контактом виробника і споживача. Такий контакт, з одного боку, створює умови для налагодження та розширення комунікативних зв'язків, з іншого – збільшує вимоги до професійних якостей, кваліфікації, досвіду, етики та загальної культури продуцента послуг.

Високий ступінь диференціації фізкультурно-спортивних послуг зумовлений тенденціями диверсифікації, персоніфікації та індивідуалізації попиту на ці послуги, а також тим, що в даній галузі має місце високий ступінь різноманітності послуг, що надаються завдяки широкому спектру реалізованих у цій сфері педагогічних технологій.

Типологія послуг галузі «Фізична культура і спорт» може бути описана за низкою критеріїв. Можна виділити безліч критеріїв

класифікації, на основі яких формується великий масив типологічних рядів послуг фізичної культури і спорту, основні з них:

- *ступінь матеріальності*. Послуги фізичної культури і спорту можуть бути матеріальними, наприклад послуги торгівлі та прокату спортивного інвентарю, але більшість послуг цієї сфери відносяться до категорії нематеріальних. Їх результатом може бути як придбання клієнтом знань, умінь і навичок в новому для нього вигляді рухової активності, так і підвищення кваліфікації у своєму виді спорту;

- *вартісні характеристики*. У всіх випадках послуги фізичної культури і спорту поділяються на платні послуги - оплачувані населенням, підприємствами, установами та організаціями; формально безкоштовні для клієнта – оплачувані з державного (федерального, регіонального муніципального) бюджету, державних позабюджетних фондів, недержавних джерел фінансування (благодійних внесків та внесків підприємств, громадських організацій і приватних осіб) та ін.; частково оплачувані клієнтом (прикладом може служити пільгове придбання послуг фізичної культури і спорту окремими категоріями населення, наприклад пенсіонерами, учнями та ін.);

- послуги фізичної культури і спорту можна також класифікувати за параметрами їх якості. Рівень якості послуги може бути оцінений за наданими документів. У цьому випадку виділяють послуги, що мають один із перерахованих рівнів якості, а саме: міжнародно-визнаний, вищий вітчизняний, стандартний державний, визнаний окремими структурами, передбачений статутом або договором, відповідний вимогам діяльності або конкретного замовника;

- критерієм класифікації може бути наявність сертифіката якості. Послуги фізичної культури і спорту можуть бути сертифікованими і несертифікованими;

- послуги фізичної культури і спорту можуть бути класифіковані за асортиментними ознаками. В основі даної класифікації лежать такі параметри асортименту, як цільова спрямованість, широта, глибина і ступінь відповідності запитам споживачів.

За цільової спрямованості (залежно від характеру проблем клієнта) може бути сформовано велику кількість різноманітних груп послуг фізичної культури і спорту. Так, наприклад, можна виділити послуги, переважно спрямовані на навчання рухових дій,

виховання фізичних здібностей, оптимізацію режиму рухової активності, зміцнення здоров'я, формування фігури, організацію активного відпочинку та багато іншого, а також сприяють полегшенню використання й підвищенню цінності основної послуги (сюди відносяться в основному супутні й додаткові послуги).

Широта асортименту послуг фізичної культури і спорту формується за рахунок відмінностей в їх утриманні: за належністю до тієї чи іншої галузі послуг; у напрямку фізичної культури; за профілем підготовки (виду спорту).

Серед послуг із фізичної культури і спорту виділяють загально-розвиваючі (базової і фонові фізичної культури) та спеціалізовані напрями фізичної культури (послуги професійно-прикладної, оздоровчо-реабілітаційної фізичної культури та послуги спорту).

За профілем підготовки (виду спорту) можна навести ряд класифікацій. Наприклад, існують жорсткі, формально закріплені класифікації послуг: безпосередньо з видів спорту – баскетбол, синхронне плавання, хокей на траві та ін.; за ознакою сезонності – послуги зимових (лижні гонки, ковзанярський спорт та ін.) та літніх (плавання, гімнастика, велоспорт та ін.) видів спорту; за критерієм включеності до програми Олімпійських ігор – послуги олімпійських (бокс, важка атлетика та ін.) та неолімпійських видів спорту.

Глибина асортименту послуг фізичної культури і спорту може бути оцінена, наприклад, за рівнем передбачуваних спортивних досягнень: базовий спорт – попередня підготовка (підготовка до навчання, перші кроки в освоєнні основ техніки і тактики); базовий спорт – початкова підготовка; спорт вищих досягнень (початкова спортивна спеціалізація, поглиблена спортивна підготовка, спортивне вдосконалення, вища спортивна майстерність).

За ступенем відповідності асортименту запитам споживачів проводиться надання послуг фізичної культури і спорту за конкретним (у тому числі індивідуальним) замовленням; розробка та надання послуг за спеціалізованими, цільовими програмами, адаптованими до вимог конкретних груп споживачів (замовників); надання типових послуг.

За змістом можна виділити послуги однорідного (однопредметного) і комбінованого змісту (наприклад застосування спор-

тивних ігор – у вступній, спортивного плавання – в основній та відвідування сауни – в завершальній частинах заняття).

Можна виділити такий критерій, як форма надання послуг. Тут традиційно виділяють певні й неурочні, організовані й самостійні, регулярні й епізодичні, індивідуальні, групові й масові форми надання та використання послуг фізичної культури і спорту.

Найбільш важливим критерієм класифікації розглянутих послуг за асортиментною ознакою є наявність або відсутність виконання фізичних вправ. У цьому випадку послуги фізичної культури і спорту можуть поділятися на пов'язані і не пов'язані з виконанням фізичних вправ. До послуг, пов'язаних із виконанням фізичних вправ, відносяться фізкультурно-спортивні послуги. До основних видів фізкультурно-спортивних послуг зазвичай зараховують організовані форми занять фізичними вправами і видами спорту з різними цілями (наприклад, підвищення рівня фізичної підготовленості, засвоєння або збільшення обсягу спеціальних знань, рухових умінь і навичок, техніко-тактичне вдосконалення в обраному виді спорту, активний відпочинок тощо). Фізкультурно-спортивні послуги становлять основний масив послуг фізичної культури і спорту і як ніякі жодні послуги даної сфери сприяють фізичному, духовному, соціальному вдосконаленню людини, його фізичних, інтелектуальних, моральних, вольових та інших якостей.

До категорії послуг фізичної культури і спорту, не пов'язаних із виконанням фізичних вправ, відносяться супутні й додаткові послуги. Серед супутніх послуг у сфері фізичної культури і спорту можна виділити: оздоровчі (користування лазнями, саунами, спортивний масаж тощо), інтелектуальні (методичні, консультаційні, інформаційні та ін.), соціально-побутові (торгівля та прокат предметів спортивних екіпіровки та інвентарю, товарів для відпочинку та ін.) послуги; послуги оренди фізкультурно-спортивних споруд (спортивних залів, кортів, плавальних доріжок тощо) і приміщень спортивної бази; видовищні послуги (організація та проведення спортивних змагань, спортивних шоу тощо).

У сфері фізичної культури і спорту реалізуються варіанти додаткових послуг: різні види тестування; медичні, консультаційні, інформаційні послуги; здача в оренду спортивних приміщень. Асортимент послуг фізичної культури і спорту, пов'язаних із вико-

нанням фізичних вправ, визначається параметрами обраного педагогічного процесу. На цій основі може бути сформовано нескінченно велика кількість типологічних рядів послуг фізичної культури і спорту, зокрема фітнес-послуг.

Придбання будь-якого товару повинно викликати почуття задоволення. У разі купівлі фітнес-послуг це почуття визначається наступними факторами: потребою у відчутті гарного стану здоров'я; потребою у відчутті соціальної адекватності людини, її приналежності до певної соціальної групи. Це відчуття викликається придбанням фітнес-послуг як іміджевого продукту. Крім того, серед покупців велика частка тих, хто розглядає власне тіло як інструмент досягнення життєвого успіху. Важливу роль відіграє певна спрямованість у майбутнє, яка реалізується в надіях на довге життя, на не обтяжену хворобами старість, а також бажання бачити здоровим своє потомство.

Виробники фітнес-послуг виступають продавці, а споживачі – як покупці. Перші представляють на ринку пропозиції, а другі – попит. Пропозиція в галузі, що нас цікавить, визначається кількістю місць їх надання, якістю послуг – як основних, так і додаткових, і ціною, яку готовий заплатити потенційний покупець. Усі ці параметри є основою для конкуренції на ринку – як внутрішньогалузевому (між спортивними центрами), так і міжгалузевому (наприклад з розважальними підприємствами). Попит обмежується, з одного боку, діючими цінами, а з іншого – платоспроможністю населення.

Сукупний попит на ринку фітнес-послуг визначається неціновими факторами, такими як чисельність населення, рівень його доходів і наявність часу, який воно може затратити на придбання фітнес-послуг. Мова йде також і про прогнозування попиту у зв'язку з соціально-демографічними процесами в суспільстві.

Приватний попит на ринку фітнес-послуг характеризується попитом окремих споживачів на окремі послуги. Однак в умовах ринку між потребою і можливістю споживати лежить необхідність оплатити конкретну послугу. Люди відрізняються як за доходами, так і за своїми потребами, тому ринок фітнес-послуг є складною системою ринкових сегментів, в кожному з яких представлені споживачі зі схожим соціально-культурним рівнем, тобто мають схожі доходи і потреби. Для більш повного врахування сукупності

всіх цих факторів вводиться термін «формат фітнес-послуг» як місця, де такі послуги продаються. Формат – це сукупність ознак, що вказують на певний рівень якості послуг. Якість послуг, у свою чергу, визначає її вартість і, відповідно, сегмент споживчого ринку, в якому ця послуга може бути успішно продана. Сегментація ринку фітнес-послуг може здійснюватися залежно від наступних параметрів: розташування регіону; чисельності та щільності населення, її соціального і статтевовікового складу; динаміки розвитку регіону, наявності транспортної мережі.

Природно, що місце розташування регіону впливає на концепцію пропонованих фітнес-послуг у цілому, їх якість і, відповідно, вартість. Практика роботи фітнес-клубів показує, що для 60–70% відвідувачів вирішальним фактором є невелика відстань між клубом і житлом. Фахівці виділяють так званий півгодинний радіус – відстань, яку відвідувач долає для того, щоб потрапити в клуб, користуючись транспортом або пішки за півгодини.

Чисельність і щільність населення сама по собі не є вирішальним чинником відвідуваності клубу. Більш значущою характеристикою є статтевовіковий склад населення регіону. Статистичні дані показують, що 35-40% членів клубу складають люди у віці 25-35 років, 45-55% – у віці 35-50 років. Однак розподіл за віком залежить і від формату клубу. У змішаних клубах будь-якого формату, за винятком клубів для бодібілдерів, серед клієнтів переважають жінки (до 70 %).

Успіх підприємництва у сфері спорту залежить від правильного вибору виду діяльності, ефективного управління, точних маркетингових заходів тощо. Крім того, результати підприємництва багато в чому залежать від бажання персоналу займатися комерційною діяльністю. Незважаючи на привабливість і поширеність підприємництва у сфері спорту, на його шляху зустрічаються певні труднощі: жорстка конкуренція; чималі витрати, пов'язані з веденням підприємницької діяльності; нестача кваліфікованого персоналу тощо [23].

У даний час у масовій свідомості людей з'являються нові пріоритети. Новий раціональний погляд полягає в тому, що на перше місце ставиться здоров'я, а тренування за будь-якими методиками розглядаються як складова частина цілого комплексу заходів,

поряд із косметичними та SPA – послугами, раціональним харчуванням і психотерапією. До 60% членів клубу відвідують його 3-4 рази на тиждень, тривалість відвідування в середньому становить 1,5-2 години з урахуванням додаткових послуг.

Ціна фітнес-послуг в умовах ринкової економіки не складається тільки на основі витрат на виробництво продукції, а диктується співвідношенням попиту і пропозиції, що склалися на ринку. Конкретний розрахунок вартості послуг на стадії проектування спирається на розрахунок, що лежить в основі бізнес-плану у формі прогнозу на базі власних розрахунків і досвіду аналогічних організацій. Він повинен складатися таким чином, щоб мати можливість гнучкого коригування в процесі роботи. У хорошому клубі існує, як правило, складна і водночас, гнучка система оплати основних і додаткових послуг, головне призначення якої – стимулювання покупця до придбання. Існує два основні методи стимуляції. Перший метод – це сукупність прийомів і створення системи розцінок на послуги, які роблять для покупця незручним саме те, що не подобається продавцеві, зокрема покупки більш дешевих видів послуг. Ці прийоми ведуть до вироблення у клієнта своєрідного комплексу провини перед адміністрацією клубу за те, що він не придбав повноцінну, дорогу послугу. Така позиція характерна для великих мережевих клубів, які формувалися в умовах слабкої конкуренції. Другий метод – сукупність заходів, спрямованих на вироблення в обережного покупця, який придбав половинну карту, позитивних емоцій, знову ж стимулюючих його до покупки більш дорогої. Це зняття взагалі всіх обмежень у вихідні та святкові дні. Таким чином, клієнт відчуває свою приналежність до клубного співтовариства і більш природно і психологічно комфортно купує більш дорогий товар. Ця схема більш поширена в тих клубах, які позиціонують себе як прямі конкуренти старих мережевих клубів. Іноді така політика призводить до створення дуже складної системи вартості основних і додаткових послуг.

В індустрії розваг вкладення у фітнес вважаються одними з найприбутковіших: вони окупаються через 5-8 років. Однією з причин такої високої прибутковості є своєрідна прозорість спортивного бізнесу у плані відносної простоти шляхів для скорочення витрат і просування товару на ринку. У фітнес-бізнесі

працює правило: чим вище позиціонування клубу на ринку, тобто чим вища вартість клубної картки, тим вище оборот за внутрішніми, додатковими послугами. Доходами від цих послуг частково покриваються всі витрати клубу (експлуатаційні, обладнання, зарплати). Дохід же від продажу карт є операційним прибутком. У фітнес-клубах, дуже багато показників, у тому числі і фінансових, як відносних, так і абсолютних, залежать від одного фактору – місця розташування.

Сьогодні ринок фітнесу стає все більш професійним, інвестори вже розглядають фітнес як бізнес, що приносить при гарній організації та менеджменті високий прибуток [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 48].

Фізкультурно-спортивне підприємництво – особливий вид бізнесу, що потребує певних знань та умінь від підприємця (у першу чергу стосовно спорту та комерції). Воно вимагає не тільки організаторських здібностей, але й глибокого знання складових спортивної науки – анатомії, біохімії, фізіології, раціонального харчування, спортивної медицини, психології й педагогіки спорту, спортивного менеджменту та маркетингу. Поряд з індивідуальним підприємництвом значного поширення в спорті набули послуги спортивних агентів (менеджерів, посередників), які є сполучною ланкою між роботодавцями та спортсменами. Винагородою агентам служать комісійні від суми контрактів спортсменів. Щодо власності, то загальновідомо, що фізична культура і спорт успішно розвиваються в країні, якщо взаємодіють три форми власності: приватна, державна, громадська. Перехід України до ринку інтегрує фізичну культуру і спорт в цю систему. Тому наявність у ній приватної власності цілком закономірна. Водночас залишається необхідність збереження державної власності, яка зумовлена об'єктивними причинами: регулювання розвитку галузі фізичної культури і спорту, піднесення престижу України у світі, необхідність зміцнення здоров'я громадян, утвердження здорового способу життя тощо. Отже, одержання прибутку як характерна ознака підприємництва у сфері ФКіС не єдина його мета. Наявність у визначенні поняття «підприємництво» спрямованості на досягнення економічних і соціальних результатів значно підвищує загальноекономічне та загальносоціальне значення поняття під-

приємницької діяльності. В економічному та соціальному аспекті результати підприємницької діяльності забезпечують задоволення потреб, в яких виявляються матеріальні й духовні інтереси людей. Зазначимо, що діяльність, яка не спрямована на задоволення суспільних потреб, не може визнаватися підприємницькою. Досягнення економічних і соціальних результатів як мети підприємництва відображає публічний аспект підприємницької діяльності щодо задоволення суспільних потреб. Те, що ця ознака (елемент) включена до чинного визначення підприємництва, що міститься в Господарському кодексі України, означає акцентування на суспільному, зокрема економічному та соціологічному значенні підприємництва, істотне посилення публічно-правового характеру поняття підприємницької діяльності.

Модуль 2

Розвиток підприємницької компетентності майбутніх магістрів із ФКіС у системі їхньої професійної підготовки в університетах

2.1. Інтеграція фізкультурно-спортивної і підприємницької діяльності

Ефективність розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів із ФКіС залежить від упровадження в освітній процес таких форм, методів і технологій навчання, які уможливають виконання магістрантами ролей і завдань, максимально наближених до реалій підприємницької діяльності. Тобто стимулюють розв'язання проблем, спонукають робити відкриття, які максимально пов'язані з майбутньою підприємницькою діяльністю, проведенням маркетингового дослідження ринку послуг у сфері ФКіС, визначенням конкурентних переваг фірми, яку планується створити, завдань і цілей її діяльності, створенням і реалізацією бізнес-планів, розробленням концепції маркетингу і організації структури фірми, моніторингом діяльності фірми і аналізом її результатів тощо.

Магістри з ФКіС мають бути генераторами нових (креативних) ідей, відрізнятись широким світоглядом і глибокими професійними знаннями, що проявляються зокрема у здатності здійснювати експертизу підприємницької діяльності і її перспектив. Тому оптимальним і важливим є використання розширеної моделі поступу *EntreComp*, яка не передбачає лінійної послідовності кроків магістранта на шляху до високого рівня розвитку підприємливості у реалізації планів розпочати власну справу. Натомість дана модель показує, що межі особистого та колективного підприємливості можна розширити, прагнучи щораз більшого впливу на створення цінностей. *EntreComp* було розроблено Об'єднаним дослідницьким центром (JRC) Європейської комісії від імені Генерального директорату з питань зайнятості, соціальних справ та суспільної інтеграції (DG EMPL). Розробка еталонної рамки з дескрипторами результатів навчання – це один із заходів, обраних Європейською комісією для підтримки розвитку компетентності підприємливості у сфері освіти та зайнятості. Основним показником рівня сформованості фахової компетентності з основ підприємництва у

майбутніх магістрантів-підприємців у сфері ФКіС є результати навчання. Результати навчання за рамкою EntreComp – це твердження про те, що знає, розуміє і здатний робити магістрант після закінчення навчання, визначає його рівні розвиненості підприємницької компетентності.

Розвиток підприємницької компетентності за рамкою EntreComp може визначатись за трьома рівнями: у сфері «Ідеї та можливості», сфері «Ресурси» та «Трансформація в дії». У сфері «Ідеї та можливості» компетентність визначається через здатність магістрантів: виявляти можливості; креативність; бачення; оцінювання ідей; етичне та обгрунтоване мислення. Наступна сфера «Ресурси» розкриває компетентність як самосвідомість та самоефективність; мотивація і наполегливість; мобілізація ресурсів; фінансова та економічна грамотність; мобілізація інших осіб. Третя сфера «Трансформація в дії» пропонує визначити рівні майстерності через такі підприємницькі якості: ініціативність; планування та управління; долання бар'єрів, пов'язаних із неоднозначністю, невизначеністю та ризиками; співпраця з іншими; навчання через досвід. Усі три сфери дають змогу визначити рівень розвиненості підприємницької компетентності майбутніх магістрів ФКіС у процесі навчання основам підприємництва під час залучення до проектної діяльності: розробка, презентація та захист бізнес-проектів.

Для підготовки майбутніх магістрів з ФКіС як керівників комерційних підприємств в галузі ФКіС пропонується використовувати різні форми і види тренінгу. Мета – навчити їх приймати ризиковані рішення, розв'язувати проблеми. Для цього необхідно розвивати навички генерування творчих ідей, ознайомлювати з методами ефективних досліджень різних ситуацій, навчати розглядати речі та ситуації під різним кутом (з різних позицій). Корисним є використання вправ з розв'язування проблем і прийняття рішень. Важливим є тренінг творчості (розвинення навичок і умінь творчо мислити і творити), який навчає підприємців мислити і діяти оригінально, нестандартно і творчо. Загалом, не існує єдиного універсального тренінгу. Заняття бажано проводити індивідуально за допомогою різних видів робіт і комбінацій методів і тренінгів для різних цілей.

Особливістю професійної підготовки магістрів з ФКіС, які обрали спеціалізацію «Підприємницька діяльність у галузі ФКіС» на відміну від інших спеціалізацій, є те, що майбутні магістри набувають фундаментальних знань у галузі фізичної культури і спорту, використовуючи аналітичний апарат у процесі вивчення економіки масового спорту, менеджменту спортивних організацій, удосконалюють та розвивають знання, уміння, навички з сучасних інформаційних технологій у галузі фізичного виховання, сприяють оволодінню знаннями та уміннями застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для розв'язання дослідницьких завдань, розвивають навички роботи з інформацією, розміщеною у глобальній мережі Інтернет, спеціалізованих освітніх та наукових мережах.

Інноваційною формою РПК є проведення занять із «підприємницьким тлом», які проводяться викладачами різних дисциплін, що відносяться до циклу гуманітарної та соціально-економічної підготовки, зокрема «Менеджмент та маркетинг у ФК і спорті», і тих, які складають зміст циклу професійної і практичної підготовки («Економіка масового спорту», «Рекреація у фізичній культурі різних груп населення», «Сучасні фізкультурно-оздоровчі технології у фізичному вихованні» тощо) на всіх етапах РПК. Викладачам у досягненні цілей РПК допоможе застосування різноманітних методів навчання. Їх можна згрупувати залежно від бажаних ефектів:

- методи, що ґрунтуються на вміннях критичного мислення, умовиводу, аналізу, оцінювання й узагальнення фактів. Для реалізації цього виду цілей може послужити: мозковий штурм, SWOT-аналіз, лекція з презентацією і робота з текстом-джерелом;

- методи, що сприяють формуванню відповідальності, здійсненню й оцінюванню вибору, а також прийняттю рішень із повним усвідомленням наслідків. Корисними будуть: «дерево прийняття рішень», методи дискусії (дебати, «шість капелюхів», «критерійний покер», дискусія на бали, метаплан);

- методи, що розвивають уяву, ґрунтуються на емоціях і переживаннях магістранта, а також створюють умови для дії: драма, моделювання, рольова гра, «асоціативний куш», ментальні карти;

- методи, які добре відомі й часто застосовуються – лекція з презентацією, робота з текстом-джерелом, співпраця й робота в

малих групах, експертні групи, зупинки з завданнями, а також останніми роками – проект.

Серед активних методів доцільними на початку вивчення нової теми є створення проблемної ситуації, що викличе у магістрантів здивування та пробудить інтерес і зацікавленість. На початковому етапі заняття бажано застосовувати нескладні інтерактивні вправи: «Мозковий штурм», «Мікрофон», «Коло ідей» тощо.

Повідомлення, словесно оформлене магістрантом, під час мотивації навчальної діяльності стає своєрідним «містком» для розуміння нового. Підприємливість варто розвивати за допомогою роботи в групах і парах. Така навчальна діяльність формує відповідальність за спільний результат, а ще навчає магістрантів співпрацювати – спілкуватися між собою, бути лідерами й підлеглими, дискутувати, переконувати, відстоювати власні позиції, йти на компроміс тощо. Щоб заохотити до активності й почути думку кожного магістранта, слід упроваджувати такі техніки, як «Метаплан», «Продовження речення», «Оксфордські дебати», дискусії тощо. Викликають зацікавленість до вивчення предмета такі творчі завдання: «Доповни сюжет», «Лист-звернення», «Залиш останнє слово для мене» тощо. Рекомендовано використання різних форм ігрових технологій. На заняттях, де впроваджують гру, немає одноманітності, монотонності; створюються умови для розвитку підприємницьких якостей. Досить ефективними для цього є рольові ігри, які допомагають магістрантам уявити себе експертами в певній сфері, продемонструвати знання, уміння, часто здобуті завдяки методу випереджувальних завдань.

Однією з найбільш цінних форм професійної підготовки майбутніх магістрів за спеціалізацією «Підприємницька діяльність у галузі ФКіС» є лабораторні роботи, що вимагає компетентнісного підходу. Важливим аспектом виконання лабораторних робіт є формування умінь у магістрантів виконувати різноманітні завдання підприємницького характеру, зокрема створення бізнес-планів з детальним обґрунтуванням кожного з рекомендованих пунктів. Особливе місце серед прикладного програмного забезпечення займає таке, що дозволяє максимально наблизити фахівця до реальних практичних ситуацій. Однією із форм розвитку підприєм-

ницької компетентності у майбутніх магістрів є віртуальна лабораторія (віртуальне підприємство).

Термін «віртуальний» означає неіснуючий, але можливий. Віртуальна реальність – це штучно побудований світ, який певним чином відображає і перетворює реальний світ, утворюючи деяке віртуальне середовище відповідно до уявлень і цілей тих, хто його будує. Віртуальна лабораторія – це віртуальна навчальна середа, яка дозволяє моделювати поведінку об'єктів реального світу в комп'ютерному середовищі і допомагає в оволодінні новими знаннями та вміннями. Прикладом може бути цикл лабораторних робіт, виконаних в умовах віртуальної лабораторії (віртуальне підприємство) на базі програмного комплексу «Парус-Підприємство 7.40». Модуль системи «Парус. Менеджмент і Маркетинг» покликаний активізувати формування підприємницького мислення, розвиток навичок організації власної справи, вміння приймати управлінські рішення та організовувати маркетингові дослідження товарів і послуг. Дана система дає можливість імітувати роботу підрозділів менеджменту та маркетингу на підприємстві.

Зауважимо, що заняття з розвитку підприємницької компетентності – це не традиційне інформування, а засвоєні знання – це не мертва інформація, готова до відтворення будь-якої миті. Вирішальним у розвитку підприємницької компетентності є те, що майбутні магістри з ФКіС оволодівають вмінням здобувати знання самостійно, використовувати здобуті знання для створення оригінального продукту, що дає змогу не лише задовольнити їхні власні потреби, а й покращити життя іншим людям. На компетентнісно-орієнтованих заняттях опанування змісту підприємництва відбувається через використання активних форм і методів навчання. Продуктивна діяльність магістрантів можлива за умови взаємонавчання, роботи в групах, під час дискусій, селективного опрацювання інформації тощо. Місія викладача – створити атмосферу довіри, комфортних умов для співпраці магістрантів, розвитку в них ділової активності, лідерських якостей, почуття управлінської відповідальності за діяльність групи. Ще одним важливим завданням викладача є відбір необхідних джерел інформації, підготовка текстів для групового обговорення та самостійної творчої діяльності магістрантів на занятті, оскільки від науковості

та достовірності інформації, відповідного обсягу тексту, правильно сформульованих питань для його опрацювання та вироблення алгоритму дій залежить ступінь сформованості ключових компетентностей майбутніх магістрів із ФКіС.

2.2. Підприємницька культура майбутніх магістрів у контексті їхнього професійного розвитку

Культура як сукупність цінностей, ідей і відносин, властивих однорідній групі людей, передаються з покоління в покоління. Культура впливає на моральні взаємини між окремими особами, групами, а також установами та організаціями, які ці особи і групи створюють.

Культура підприємництва – це певна сукупність принципів, прийомів, методів здійснення підприємницької діяльності суб'єктами, що склалася відповідно до чинних в Україні правових норм, звичаїв ділового спілкування, етичних і моральних правил, норм поведінки у цивілізованому бізнесі.

На думку німецького вченого Рольфа Рюттінгера, культура підприємництва – це система спільно виношуваних і реальних переконань і уявлень про цінності. Уявлення про цінності дозволяють зрозуміти, що є важливим для підприємства, а переконання – як має функціонувати підприємство.

Підприємницька культура складається з наступних елементів:

- матеріальні елементи – рівень розвитку підприємства в частині управлінської та інформаційної техніки;
- духовні елементи – сукупність професійних знань підприємця, виробничого досвіду і звичок, економічне мислення;
- особистісні елементи – можливість збагачення, ступінь економічної свободи;
- інституційні елементи – соціальні цінності і норми, в тому числі віра і переконання.

Культура підприємницької діяльності визначає клімат, стиль управління та взаємовідносин, цінності підприємства.

Сутність культури конкретної організації виражається в приписах, прийнятих ритуалах і церемоніях, а також у зразках неформальної поведінки.

Призначення культури підприємництва пов'язане із розв'язанням двох основних проблем: 1) виживання в даному соціально-економічному середовищі; 2) забезпечення внутрішньої інтеграції для досягнення поставлених цілей. Культура підприємництва складається роками, вона динамічна і постійно вдосконалюється. У рамках підприємницької культури виділяють також ділову та організаційну (корпоративну) культури.

Існують різні види підприємницької культури. Так, Р. Рюттінгер виділяє наступні види (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Види підприємницької культури

Види підприємницької культури	Коротка характеристика
Культура торгівлі	<p>Культура торгівлі характеризується швидшим зворотним зв'язком і відносно малим ризиком. Працівниками сфери торгівлі найчастіше стають молоді, активні люди, що сміливо йдуть на експерименти. Ці люди доброзичливі, без великих духовних запитів, але зовні привабливі. Вони вміло використовують красномовство, звертаючись до покупців із відомою часткою гумору. Охоче спілкування один з одним і обмін думками роблять сферу культури торгівлі комунікативною, викликають почуття причетності, дух колективізму і товариства</p>
Культура вигідних угод (спекулятивна)	<p>Культура вигідних угод (спекулятивна культура) характеризується швидким зворотним зв'язком успішних (або невдалих) підприємств фінансовим ризиком середнього і високого ступеня. Цей вид культури зустрічається там, де відбуваються вигідні угоди з цінними паперами, платіжними засобами, сировиною тощо.</p> <p>Елементи такої культури зустрічаються у сферах моди, косметики, професійного спорту, реклами і фінансування ризикованих підприємств.</p> <p>Сфери спекулятивної культури створюють поживний ґрунт для субкультури ділової людини: у нього виробляються бійцівські, агресивні риси характеру, людина стає твердим у своїх рішеннях, постійно вступає у змагання з іншими. З'являється необхідність приховувати чутливість і емоційність</p>

Культура інвестиційна	<p>Інвестиційна культура проявляється в основному в промисловості, головним чином у паливних галузях і при виробництві засобів виробництва, в будівництві, інвестиційних банках та ін.</p> <p>Цей вид культури характеризується тим, що має явно виражену орієнтацію на майбутнє. Працівники цієї сфери обачні, діють обережно, терпляче і наполегливо. Вони змушені долати відносно довгий період невизначеності в умовах мінімального зворотного зв'язку. На рівні, де приймаються визначальні рішення, панує повага перед авторитетом і професіоналізмом. Тут, як правило, дотримуються одного разу прийнятих рішень і домовленостей</p>
Культура адміністративна	<p>Адміністративна культура проявляється в громадському обслуговуванні, на підприємствах, у великих адміністративних фірмах, а також банках і страхових компаніях. Працівники тут, як правило, акуратні і ґрунтовні, вони обережні, педантичні, прискіпливі і в той же час вміють пристосовуватися. Спілкування у сферах адміністративної культури характеризується докладністю і підкресленою ієрархією</p>

Ділова культура – це перш за все спосіб самомотивації людей, спрямований на зростання ефективності отримання прибутку.

Ділова культура включає в себе діючі правила гри, кордони між конкурентно прийнятною і неетичною поведінкою, а також норми поведінки в бізнесі.

Організаційна (корпоративна) культура – сукупність поглядів, ціннісних орієнтацій і норм поведінки, які визнають співробітники підприємства, які формують їх індивідуальну та групову поведінку. Ціннісні орієнтації передаються членам організації через символічні кошти духовного і матеріального оточення організації.

Організаційна культура є ефективним інструментом підприємства, які виконують такі функції:

- підбір персоналу, формування згуртованої команди;
- адаптація нового персоналу;
- підвищення конкурентоспроможності колективу;
- створення неповторного іміджу підприємства.

Шведський економіст-практик Б. Карлоф виділив десять основних ознак організаційної культури:

- 1) вона соціальна, оскільки на її формування впливають всі або більшість працівників фірми;
- 2) регулює поведінку членів колективу;
- 3) створюється людьми;
- 4) свідомо чи несвідомо приймається всіма працівниками;
- 5) заснована на дотриманні традицій;
- 6) пізнавана;
- 7) здатна змінюватися;
- 8) багатогранна, тобто її не можна досягнути за допомогою одного будь-якого підходу;
- 9) усвідомлена і неусвідомлена;
- 10) знаходиться в постійному розвитку.

Професор Єльського університету Джеффри Зонненфельд виділяє чотири типи організаційної культури, кожен з яких по-різному позначається на кар'єрному зростанні працівників і має різні переваги в конкурентній боротьбі, а також потенціал розвитку (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Чотири типи корпоративної культури

Типи корпоративної культури	Коротка характеристика
Бейсбольна команда	Характерна для компаній, в яких потрібне швидке прийняття ризикованих рішень. Заохочується талант, новаторство, ініціатива.
Клубна культура	Відрізняється лояльністю, відданістю, спрацьованістю, командним духом. Тут стабільні та безпечні умови, налагоджена система заохочень співробітників, чітко структурований кар'єрний ріст. Зовні це досить консервативні організації, що далеко не завжди відповідає реальному внутрішньому життю компанії
Академічна культура	Повільне і поступове просування по службовій драбині, а також тривала співпраця з кожним співробітником. Чіткий поділ праці, вузька спеціалізація, стабільна обстановка – все це безперечні плюси даної корпоративної культури
Оборонна культура	Складається в кризових ситуаціях, коли немає впевненості в постійній роботі, в професійному зростанні, в завтрашньому дні. Особливості - руйнівна дія на більшу частину колективу і при цьому відмінні перспективи для кращих працівників

На формування організаційної культури впливають такі чинники (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Фактори формування організаційної культури

Фактори	Коротка характеристика
Місія і цілі підприємства	<p>Місія - це філософія підприємства сформульована як сенс його існування.</p> <p>Мета – бажаний результат, що відповідає установкам стратегічного плану, для досягнення якого підприємство координує зусилля всіх підрозділів</p>
Моральні норми, цінності і переконання	<p>Моральні норми – вимоги до певної поведінки співробітників, засновані на прийнятих в суспільстві уявленнях. Моральні норми регулюють внутрішню поведінку людини, диктують безумовну вимогу поводитися в конкретній ситуації так, а не інакше.</p> <p>Цінності та переконання знаходять вираження не тільки в програмних документах, зведеннях законів, кодексах честі, книгах про внутрішньофірмові стандарти щодо ведення бізнесу, але і в девізах, гаслах. Будучи одним з елементів корпоративної культури, вони в ємній і лаконічній формі підкреслюють найбільш сильні, значущі сторони тієї чи іншої компанії. Наприклад:</p> <p>"IBM – означає сервіс";</p> <p>Дженерал Електрик – "Наш найважливіший продукт - прогрес";</p> <p>Du Pont – "Кращі продукти для кращого життя за допомогою хімії";</p> <p>Samsung – "Добре там, де ми є";</p> <p>Електролюкс – "Зроблено з розумом";</p> <p>Continental bank – "Ми зможемо знайти вихід";</p> <p>Delta airlines – "Турбота про персонал"</p>
Стандарти і правила, прийняті на підприємстві	<p>Стандарти і правила є вимогами до здійснення підприємницької діяльності, обов'язковими для виконання всіма членами колективу</p>
Сформовані закономірності поведінки персоналу	<p>Знання основних закономірностей поведінки людей в організації і те, яким має бути управління, щоб отримати максимальну віддачу від персоналу, дозволяє лідерам цілеспрямовано працювати, закладаючи фундамент майбутніх перемог.</p>

Ритуали і традиції	<p>Ритуали символізують переконання, вони прямо або опосередковано формують образ підприємства та його основні орієнтації. Ритуали служать засобом для наочної демонстрації ціннісних орієнтацій фірми. До них відносяться: ювілеї, святкування успіхів, публічні заохочення тощо.</p> <p>Традиції – це набір уявлень, звичаїв, звичок і навичок, які застосовуються в практичній діяльності; передають успадковані цінності організації</p>
Видатні діячі	<p>Є важливим елементом організаційної культури. Видатний діяч (історична постать чи сучасник), що володіє надзвичайно цінними характеристиками для даної культури, може служити рольовою моделлю поведінки для співробітників.</p>
Неформальні канали комунікацій	<p>Здійснюються відповідно до усталеної системи особистих відносин між працівниками організації.</p> <p>Типова інформація, що передається по каналах неформальних комунікацій: майбутні скорочення, нові заходи з покаранням за запізнення, зміна в структурі організації, прийдешні переміщення і підвищення тощо. До неформальних каналів відносяться також чутки.</p>

Крім того, до організаційної (корпоративної) культури відноситься фірмовий стиль, дрес-код, інтер'єр приміщення, режим дня, тобто все, що створює позитивний імідж і виділяє підприємство з ряду інших.

На думку консультантів у сфері управління персоналом організаційна культура підприємства повинна включати в себе:

- принципи роботи компанії;
- повну інформацію про співробітників;
- систему заохочень персоналу;
- ставлення до помилок;
- прозорість корпоративних процесів, довірчі відносини в колективі;
- підтримку ініціатив;
- систему інновацій і традицій;
- корпоративні заходи.

При дотриманні всіх перерахованих умов можна говорити про сильну організаційну культуру.

2.3. Зміст поняття «підприємницька компетентність» і «професійна компетентність» магістра ФКіС

Базисом професійної компетентності майбутніх фахівців Є. Климов вважає професійну придатність, у виразнену сукупністю професійних компетенцій, котрі необхідні для ефективного здійснення конкретного різновиду діяльності. Підприємницька компетентність в Європейській довідниковій системі трактується як здатність особистості втілювати ідеї у сферу економічного життя, як інтегрована якість, що базується на креативності, творчості, інноваційності, здатності до ризику, а також спроможності планувати та організовувати підприємницьку діяльність. На думку Л. фон Мізеса, підприємці як суб'єкти господарювання діють у ситуації невизначеності, їхні уявлення про стан ринку – загальні, відтак вигода забезпечується спекулятивними процесами. Дослідники в галузі економіки та бізнесу характеризують спекулятивні процеси як різновид економічної діяльності, зорієнтований на отримання прибутку за рахунок «гри на ринковій вартості об'єкта купівлі-продажу як результату прийняття на себе ризику, викликаного дією потенційних чинників, що не підлягають прогнозуванню або ж помилковості в оцінці ситуації, кон'юнктури і прогнозу її розвитку». Такі ситуації на заняттях з розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів з ФКіС є предметом обговорень щодо етики підприємця. У характеристиці сутнісної природи підприємницької компетентності майбутніх фахівців у галузі фізичної культури і спорту враховуємо концептуальні твердження Ф. Хайєка, який, наслідуючи ідеї Й. Шумпетера, розглядає підприємництво як загальну поведінку людини, спрямовану на віднайдення новітніх економічних можливостей самореалізації. Використання означеної теорії в контексті дослідницького пошуку підтверджує наше припущення, що розвиток підприємницької компетентності майбутніх фахівців у галузі фізичної культури і спорту не передбачає набуття вмінь перекуповувати і реалізовувати товари. На відміну від спекуляції, суть підприємництва дослідник обґрунтовує як наявність новацій та активної ініціативи в організації/реорганізації соціально-економічних механізмів із метою отримання якнайбільшої вигоди у використанні наявних ресурсів, одержанні прибутку. Важливо, що,

розглядаючи цільові орієнтири підприємницької діяльності, М. Вебер і В. Зомбарт позиціонували ідею зростання та процвітання власної справи, збільшення отримуваної вигоди та прибутку, гармонізації професійно значущих якостей «завойовника», «організатора», «торговця» в загальній структурі особистості підприємця.

За результатами аналізу запропонованих у сучасній науці понять «підприємництво» та «компетентність», вчені формулюють узагальнене трактування терміну «підприємницька компетентність»: підприємницька компетентність – це сукупність особистих і ділових якостей, навичок, знань, певного роду модель поведінки, володіння якими допомагає успішно вирішувати різні бізнес-завдання і досягати високих результатів діяльності. Водночас похідне поняття «підприємливість» тлумачать як «характеристику постійної активної й успішної діяльності людини, котра досягає поставленої мети завдяки винахідливості, кмітливості, вмінню своєчасно діяти». До характерних рис підприємця дослідники відносять: готовність ризикувати; надію на успіх і страх невдачі; наполегливість; гнучкість; енергійність; яскраво виражене почуття особистої відповідальності; впевненість у собі; здатність до навчання; здатність переконувати; здібності до комунікації; здатність керувати; ініціативність; здатність тверезо мислити в будь-яких ситуаціях; величезне бажання досягати мети.

Початковим етапом формування уявлень про підприємництво і бізнес у системі освіти України є оволодіння «Основами підприємницької діяльності», яке здійснюється в закладах освіти в різних обсягах і варіантах у залежності від профілю установи. Вивчення основ підприємництва в загальноосвітніх школах і закладах професійної освіти проводиться на заняттях з економіки, суспільствознавства, економічної географії, історії та інших дисциплін. У вищій освіті пропонуються елективні та факультативні курси з даної тематики, проводяться семінари, конференції, організовані гуртки, де студенти залучаються до бізнес-проекування. Таким чином, загальноосвітня, професійно-технічна і вища школи закладають основу для розвитку підприємницької компетентності. У зв'язку з різноманітністю і неоднорідністю освітніх установ, що опікуються підготовкою студентів магістратури до підприємницької діяльності, в основу організації навчання повинен

бути покладений принцип варіативності. Кожний університет, в якому готують фахівців із фізичної культури і спорту, відповідно до своїх можливостей може обрати ту чи іншу форму навчання: елективний або факультативний курс, навчальний модуль у курсі «Менеджмент спортивної організації» чи «Маркетинг у фізичній культурі і спорті». Для майбутніх магістрів із ФКіС пропонують спеціалізацію «Підприємницька діяльність у галузі ФКіС» і в межах такої спеціалізації пропонуються дисципліни вільного вибору: «Економіка масового спорту», «Реакреаційний туризм» та інші, у змісті яких неодмінно йдеться про підприємництво як один із напрямів професійної діяльності магістрів із ФКіС.

Студентам потрібно розкрити сутність поняття «підприємець» та історію його виникнення, розглянути класифікацію та види підприємців. Основні функції підприємця. Відмінності між підприємцем та менеджером. Риси характеру підприємця. Творчість та інновація. Підприємницькі навички.

Під час вивчення теми важливо мотивувати магістрантів через визнання їх як творчих та винахідливих особистостей, здатних втілювати творчі ідеї в конкретні дії. Доцільно розглянути розвиток теорії підприємництва, розкрити еволюцію поняття «підприємництво», принципи та функції підприємництва. Майбутньому магістру також слід ознайомитися з чинним законодавством України щодо підприємництва, розрізняти суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності.

Підприємець в галузі ФКіС – затребувана сьогодні професія. Характеристики сучасної соціально-економічної ситуації в утвердженні суспільства сталого розвитку. Зміст понять «підприємницька компетентність» і «професійна компетентність спортсмена». Сучасні уявлення про підприємця і підприємницькі якості майбутніх магістрів із ФКіС (самоаналіз).

Доцільно застосовувати метод дискусій щодо визначення ролі підприємництва в економічно-соціальному, науково-технічному та інноваційному розвитку країни, враховуючи вивчений матеріал та особистий досвід магістрантів як споживачів у ринковій економіці. Подання матеріалу може здійснюватися за допомогою блок-схем як наочного зображення основних видів фізкультурно-спортивних підприємств та їх класифікацію, принципи об'єднання. Магістранти

повинні навчитись розрізняти організаційно-правові форми підприємств: одноосібне володіння, партнерство (товариство) та корпорація (акціонерне товариство), а також ґрунтовно виокремлювати їх переваги та недоліки.

На цьому етапі вони вже усвідомлюють, що предметом підприємницької діяльності майбутнього магістра з ФКіС є послуги з фізичної культури і спорту. Зауважимо, що термін «фізична культура» за кордоном майже не вживається. Термін «фізична культура» в його оздоровчому, рекреаційному (відновлювальному) аспектах, як правило, поєднується з поняттям «спорт». Видається правильною позиція, згідно з якою «спорт у великій частині входить до складу фізичної культури». Але спорт в цілому не поглинається поняттям «фізична культура». Під фізичною культурою, як правило, розуміється непрофесійний оздоровчий спорт і його інфраструктура, тобто підготовка і заняття спортсменів-любителів (фізкультурників). А в термін «спорт» часто вкладається той сенс, що це більшою мірою професійна і комерціалізована діяльність спортсменів і тренерів, тобто спеціально навчених і більш підготовлених людей, ніж фізкультурники.

В Україні фізична культура і спорт, з одного боку, розглядаються у соціальному плані як конкретна сфера життя суспільства, що охоплює фізкультурно-оздоровчу, навчально-тренувальну, змагальну та інші види діяльності, а також діяльність, що їх забезпечує (фінансування, право, управління, розвиток матеріально-технічної бази, комунікація, науково-дослідна робота, підготовка і перепідготовка кадрів). З іншого боку, з економічної точки зору, як галузь невиробничої сфери, вид суспільно-корисної роботи, спрямованої на надання певного виду послуг. Фізкультурно-спортивні послуги в умовах ринкової економіки стають предметом купівлі і продажу. Майбутні магістри, випускники факультетів фізичної культури мають високий рівень готовності до надання фізкультурно-спортивних послуг, але у нових соціально-економічних умовах надання таких послуг набуває ознак підприємницької діяльності. Отже, актуалізується питання про підготовку магістрів із ФКіС до такого виду діяльності. Їх успіх у цій діяльності безпосередньо залежить від рівня розвитку підприємницької компетентності. Водночас, як зазначають дослідники,

рівень кваліфікації підприємців в Україні є невисоким, що значно ускладнює перспективи підприємницького інноваційного розвитку. Відсутність спеціальних знань у сфері бізнес-освіти, неефективний менеджмент знижують конкурентоспроможність бізнесу, погіршують якість його персоналу.

Такий стан речей має своє історичне підґрунтя. Так, зокрема, історичною передумовою низького рівня ділової активності громадян України, на думку соціологів, є кардинальні зміни, що відбувалися у суспільстві у другому десятилітті минулого століття. З ліквідацією приватної власності, пише Т. Яковенко, ділова активність підприємців перестала існувати. Активність зумовлювалася, головним чином, самовідданістю та проявами ентузіазму, навіть самопожертвою. Переважав тип працівника з високим рівнем трудової активності, готовий до ударництва і прояву ініціативи незалежно від умов та оплати праці. Майже рабська праця вважалася суспільно схвалюваною та сприймалася як даність більшістю пересічного населення. Ділова активність трансформувалася в активність управлінця, господарника, партійного організатора і була спрямована на те, щоб забезпечити будь-якою ціною виробництво, терміни і плани. Рапортувати про їхнє виконання або піддатися репресіям. Страх у багатьох став головним стимулом активності, а отже, і підтримання її належного рівня було можливо завдяки силовим заходам відносно до однієї частини населення і утопічному гаслу про «світле життя» – до іншої. Політико-ідеологічна ситуація не дозволяла оцінити будь-які прояви ділової активності інакше, як девіантні. Навіть був вигаданий термін «цеховик», яким характеризувався дрібний підприємець масштабу сучасного ринкового торговця або власника кіоску. Від 1918 до 2000 року поняття «ділова активність» підмінялася поняттям «трудова активність». Протягом багатьох десятиліть спостерігалася стійка, хоч і не завжди рівномірна тенденція зниження рівня ділової активності. Такі передумови є однією з основних причин відсутності ділової активності і негативного ставлення до підприємницької діяльності цілого покоління громадян України, в тому числі й низького рівня підприємницької компетентності фахівців із ФКіС.

У Законі України «Про фізичну культуру і спорт» (2009) зазначається, що спорт має такі напрями: дитячий спорт, дитячо-юнацький спорт, резервний спорт, спорт вищих досягнень, професійний спорт, спорт ветеранів, олімпійський спорт, неолімпійський спорт, службово-прикладний та військово-прикладний спорт, спорт осіб з інвалідністю тощо. Кожний із цих напрямів у сучасних умовах ринкової економіки має свою підприємницьку складову. Таким чином, підприємницьку діяльність у галузі ФКіС розглядаємо як ділову активність працівників цієї галузі, спрямовану на виконання завдань, пов'язаних зі здійсненням на ринку операцій з обміну товарів і послуг між суб'єктами ринку, з використанням форм та методів конкретної діяльності, які утвердилися на ринку ФКіС. Зауважимо, що бізнес у сфері ФКіС організовують не лише заради одержання матеріальної вигоди (прибутків), а для покращення організації і проведення спортивно-видовищних заходів, надання послуг із фізкультурно-спортивної реабілітації, вдосконалення виробництва спортивного устаткування та інвентарю, організації і проведення навчально-тренувального процесу тощо. На основі уточнення логіко-сміслового змісту сформулюємо дефініцію понять «підприємництво», «підприємницька діяльність», «підприємливість» із урахуванням специфічних особливостей галузі фізичної культури і спорту.

Наявність численних дефініцій підприємництва, підходів до розгляду та інтерпретаційних варіантів розуміння суті означеного феномена зумовлюється, по-перше, використанням вказаного терміна як загальноживаного (побутового) поняття та наукової категорії, по-друге, багатоаспектністю підприємництва, у змісті якого інтегруються соціальні, економічні й психологічні елементи, по-третє, динамічністю і мінливістю структури підприємництва відповідно до історичних, економічних і соціокультурних умов, своєрідністю проявів феномена на кожному етапі цивілізаційного поступу. Зважаючи на це, сутність підприємництва обґрунтовуємо на основі інтеграції специфіки означеного явища в соціально-економічній, культурно-історичній, діяльнісно-функціональній та особистісно-психологічній площинах, що сприятиме цілісності усвідомлення досліджуваного феномена.

У довідникових джерелах наукову категорію «підприємництво» розглядають як «діяльність, що пов'язана із створенням, підтримкою та розвитком підприємства, власної справи, із виробництвом товарів і послуг». Підприємництво як особливий різновид активності людини характеризується ініціативністю й самостійністю у виборі стратегічних напрямів, способів та методів діяльності, усвідомленням ризиків, цілісною зорієнтованістю на досягнення комерційного успіху шляхом створення новітньої продукції. Відтак підприємництво слугує системоутворювальною ланкою, по-перше, загальних нормативних вимог до особистісно-професійного профілю фахівців у галузі фізичної культури і спорту, тактики їх професійної позиції, а по-друге, – взаємодії майбутніх магістрів із ФКіС як суб'єктів підприємницької діяльності з іншими учасниками соціально-економічних процесів.

Разом із поняттям «підприємництво» використовуємо слово «бізнес». Ці два поняття мають багато спільного. Дехто вважає, що підприємництво є складовою бізнесу. Однак за міркуваннями науковців, бізнес – це значно ширше за сутністю поняття, оскільки передбачає здійснення разових комерційних угод у будь-якій сфері діяльності. Суб'єкти бізнесу – це, по-перше, підприємці, тобто особи, котрі здійснюють підприємницьку діяльність, ділова зацікавленість яких 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, ділова зацікавленість яких зумовлена потребою у виконанні пріоритетних, капіталомістких загальнодержавних науково-технічних програм.

Професійна компетентність і підприємницька компетентність фахівців у галузі фізичної культури і спорту «характеризує суб'єкта діяльності й забезпечує досягнення ним успіхів; постає як стійка готовність до здійснення діяльності й передбачає глибоке розуміння суті розв'язуваних завдань і проблем; наявність досвід у даній сфері; уміння обирати засоби й способи діяльності, адекватні конкретним обставинам місця й часу; почуття відповідальності за досягнуті результати; здатність навчатися на помилках та

привносити корективи в процес досягнення мети». У межах розв'язання проблеми формування підприємницької компетентності майбутніх магістрів фізичної культури і спорту треба враховувати науково обґрунтовані дефініції професійної компетентності, логічно значущі ідеї, які формують узагальнене розуміння вказаного поняття як здатності особистості мобілізувати в професійній діяльності свої знання, вміння, загальні способи виконання дій і, як результат, проявити власну здатність досягти успіх у бізнесі.

2.4. Основні форми і методи оволодіння підприємницькою компетентністю

Розвиток підприємницької компетентності майбутніх магістрів із фізичної культури і спорту здійснюється поетапно, кожний з етапів характеризується своєрідними цільовими орієнтирами, відповідно дібраними формами, методами і прийомами навчання, що забезпечують загальну динаміку розвитку підприємницької компетентності майбутніх фахівців: від мотиваційних настанов особистості до опанування рефлексією підприємницької діяльності крізь її пізнавальну площину й активізацію поведінкової сфери.

Успішність розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів із фізичної культури і спорту забезпечується поетапною і раціональною організацією навчально-виховного та розвивального процесів у фізкультурному ЗВО, яка передбачає встановлення сукупності оптимальних форм, методів, педагогічних прийомів навчання з урахуванням їхніх об'єктивних можливостей, що в узагальненому вигляді представлені функціонально-процесуальною складовою (традиційні й інтерактивні форми організації практичних, лабораторних занять, тренінгів, спецсеминарів та методи: евристично-репродуктивні, дослідницькі, рефлексивні, імітаційно-рольові, ігрові, методи ситуаційного аналізу, бінарні уроки тощо; а також технології проектного, розвивального, інтегративно-діяльнісного, імітаційно-рольового, інтерактивного, проблемного навчання тощо.).

Перший етап – інтеграції знань і навичок у галузі ФКіС та набутих знань з основ підприємницької діяльності – передбачає інтеграцію професійних знань, умінь і навичок з фізичної культури і спорту, якими вже володіє майбутній магістр із ФКіС з підприємницькими знаннями, уміннями, навичками, якими має

оволодіти майбутній підприємець у сфері фізичної культури і спорту. Така інтеграція можлива після ознайомлення майбутніх магістрів з основами підприємницької діяльності. Інтегративним процесам сприяє психолого-педагогічний супровід та підтримка процесів формування підприємливості, мотивації до оволодіння підприємницькою компетентністю, а також самоутвердження у ситуаціях вибору між спортом і підприємництвом; спонукання й розвиток мотиваційно-цільових настанов та ціннісно-світоглядних орієнтацій щодо підприємництва, усвідомлення майбутніми фахівцями соціально-економічного значення підприємництва, бізнесу, спекуляції у стабілізації соціально-економічних умов розвитку ринкових відносин в Україні.

На цьому етапі конкретизується і поглиблюється з'ясування сутності та умов функціонування підприємницької діяльності в галузі ФКіС, умов оволодіння технологією заснування власної справи; формування практичних навичок з основ менеджменту та маркетингу; розвиток підприємницького мислення. Завданням цього етапу є організація навчально-пізнавальної діяльності магістрантів, наближена до фахової діяльності, що сприятиме розумінню конкретних фахових завдань, важливості їх виконання, методик здійснення обробки фахової інформації, а також розвиток підприємницьких якостей. Водночас відбувається процес формування когнітивного компонента фахової компетентності з основ підприємництва в даній галузі.

Дана методика спрямована на стимулювання пізнавальної активності. Методика і технологія розвитку підприємницьких якостей уможлиблює в обмежений період часу, в умовах замкненого простору сформуванню у магістрантів розуміння роботи ринкової моделі економіки, бізнес-навичок управління економічними процесами на підприємстві, партнерства і особистої ефективності. Магістранти стають не просто «об'єктами» навчання, а самі вибудовують траєкторію особистісного зростання. Відбувається екстраполяція з повчальної діяльності викладача на розвиток пізнавальної діяльності майбутнього магістра з ФКіС. Як результат – формується особистість здатна самостійно приймати рішення, спрямована на досягнення результатів, яка володіє дослідницькими й аналітичними якостями, вміє планувати свою діяльність, генеру-

вати ідеї, позитивно впливати на інших людей, тобто особистість «підприємницького типу».

Уміння бачити можливості і оптимально використовувати їх, дух підприємливості, честолюбство і завзятість потрібні всюди, а не тільки в бізнесі. Подібна внутрішня установка життєво необхідна для роботи в умовах нового часу. «Виживають не найсильніші види і не найрозумніші, але ті, які найкраще пристосовуються до змін», – стверджував Чарльз Дарвін. Одна з причин виживання людини як біологічного виду – це, згідно з Ч. Дарвіном, його «пристосованість до змін». Для того, щоб досягти успіху в сучасному суспільстві, людині недостатньо просто пристосуватися до обставин і плисти за течією. Щоб домогтися успіху, потрібно ще вміти передбачати зміни і робити зі свого передбачення корисні висновки. Це і робить людину «пристосованою».

Другий етап – *конструктивно-розвивальний* – спрямований на конструктивно-творче використання набутих економічних знань щодо основ підприємництва і бізнесу й подальшу їх реалізацією у бізнес-проектіванні. На цьому етапі магістрантам пропонується взяти участь у проектуванні бізнес-планів, що сприяє поглибленню й вдосконаленню теоретичної поінформованості у питаннях підприємництва, бізнесу, підприємницької діяльності, удосконалення набутих знань про підприємницьку діяльність, особистісно-професійний саморозвиток і формування індивідуального стилю самореалізації у спортивній і підприємницькій діяльності, на створення бізнес-проектів, реальних планів щодо заснування та провадження власної справи, корекцію свого ставлення до підприємництва і оволодіння підприємницькою компетентністю, різних форм навчання і розвитку підприємницьких якостей (тренінгів, семінарів, самостійної роботи з різноманітними джерелами інформації тощо).

Метод проектів вважається основною технологією формування ключових життєвих компетентностей магістрантів, зокрема й підприємницької. Адже майбутні магістри, працюючи над створенням бізнесових проектів, навчаються критично мислити, чітко усвідомлювати, де і як можна застосовувати набуті знання, генерувати нові ідеї, бути комунікабельним, постійно самоудосконалюватися. Вибір конкретного методу, а також спосіб його реалізації залежить від того, з якою групою магістрантів ми

працюємо. Групи магістрантів за своїм складом переважно різні щодо зацікавлень, потреб, можливостей тощо. Отже, спостерігати за розвитком окремих елементів підприємницької компетентності можна під час розмов з ними, обміну думками з іншими викладачами. Крім цього, на вибір методу мають вплив такі фактори, як кількість магістрантів у групі, їхній попередній досвід, обладнання приміщення. Конспектування занять допомагає викладачам свідомо підходити до створення підприємницького тла на уроках, що підвищить рівень досягнень магістрантів і дасть їм змогу навчатись ефективніше: не кожен мріє стати економістом, однак кожен хоче стати успішною людиною.

Третій етап – *результативно-діяльнісний* – передбачає моделювання підприємницької діяльності, розвиток здатності до використання набутих на теоретичних заняттях з економіки спорту, менеджменту і маркетингу знань, вмінь і навичок. З цією метою пропонується залучати магістрантів до створення бізнес-проектів. В умовах університету найефективнішою формою оцінювання результатів розвитку підприємницької компетентності і визначення її рівнів сформованості у майбутніх магістрів з ФКіС є проведення тренінгів і залучення майбутніх магістрів до підприємницької діяльності у центрах з надання фізкультурно-оздоровлювальних та реабілітаційних послуг і господарської діяльності. Моделювання підприємницької діяльності, оволодіння навичками створення моделей власного бізнесу здійснюється на основі існуючих портативних моделей підприємництва. Магістранту надається можливість конструювати авторську політику організації власної справи. Поетапна педагогічна технологія розвитку підприємницької компетентності здійснюється за двома ключовими напрямками – проведення ділових ігор і серії бізнес-тренінгів, які є джерелом реалізації знань і навичок, умовою апробації і корегування під час ділової гри. Водночас моделювання підприємницької діяльності може бути спрямоване на створення моделей підприємницької діяльності з виходом на дипломний проект. На цьому етапі як і на інших у підготовці до підприємницької діяльності використовуються інтерактивні методи навчання (модерації, кейси, ділові і рольові ігри, тренінги, дискусії, портфоліо, семінари тощо).

Метод комп'ютерного моделювання – активний метод навчання, який дозволяє створити ситуацію наближену до реальної практичної діяльності підприємства. Використання активних форм навчання під час семінарських, практичних занять і тренінгів дозволяє магістрантам закріпити отримані теоретичні знання на практиці, демонструє міждисциплінарний зв'язок предметів, що вивчаються ним у ЗВО.

Розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів допомагає інтегрований підхід до навчання, який сприяє формуванню системного, творчого мислення магістрантів, їх пізнавальної активності, самостійності, інтересу до знань.

У процесі встановлення міждисциплінарних зв'язків на заняттях викладач має можливість використовувати інтегрований навчальний матеріал, зокрема: комплексні таблиці та схеми; розв'язувати міжпредметні задачі; працювати з кількома підручниками; заслуховувати повідомлення та реферати міжпредметного змісту тощо.

На інтегрованих заняттях вивчаються багатоаспектні об'єкти (теорії, закони, ідеї різного рівня узагальнення), що є предметом розгляду багатьох навчальних дисциплін. Магістранти отримують можливість розглядати навчальні дисципліни у різноманітних аспектах, аналізуючи й порівнюючи їх, що забезпечує цілісне сприйняття дійсності як необхідної передумови формування наукового світогляду. Враховуючи професійну спрямованість навчання, важливо органічно поєднувати цілі й завдання фізкультурно-спортивної і підприємницької підготовки, взаємодоповнюючи і збагачуючи зміст, уникаючи повторів, дублювання та штучної, недоречної інтеграції.

При засвоєнні змісту навчального курсу «Підприємницька компетентність у галузі ФКіС» актуалізується застосування інтерактивних методів навчання. Інтерактивні методи руйнують традиційний підхід до навчання майбутніх магістрів, оскільки в нових умовах магістрант стає активним учасником освітнього процесу та перебуває в центрі взаємодії усіх його учасників, займаючи поряд із ними рівноправну позицію, та має змогу проявити свої знання та визначити для себе їх рівень, розкрити свій потенціал, навчитися працювати як у команді, так і самостійно.

Результативним є використання ігрових методів навчання. Ігрові методи навчання забезпечують стабільне засвоєння знань про: цілі діяльності, що є знаннями про результат цієї діяльності; необхідний для досягнення мети спосіб діяльності; необхідні й можливі засоби інтелектуального, практичного або предметного характеру, оскільки діяльність завжди пов'язана з ними; об'єкт діяльності, без якого діяльності не буває.

Завдання елективної дисципліни «Підприємницька компетентність у галузі ФКіС» передбачають: поглиблення і конкретизацію знань про підприємництво у галузі ФКіС (з урахуванням рівня розвитку професійної компетентності та попередньо набутих знань з основ підприємницької діяльності); мотивацію формування підприємницької компетентності у майбутніх магістрів із ФКіС; формування в майбутніх магістрів із ФКіС професійних і особистісних якостей необхідних для підприємницької діяльності у сфері фізичної культури і спорту; формування підприємницької компетентності майбутніх магістрів з ФКіС на інтегративному рівні професійної і підприємницької підготовки. У формуванні підприємницької компетентності доцільним є використання системи завдань для розвитку підприємницького мислення за допомогою інтерактивних технологій із розробкою методик розвитку інтелектуальної активності майбутніх магістрів із ФКіС на основі виконання послідовності завдань. Ми пропонували виконання завдань здійснювати у специфічно-тренінговій та традиційній формах навчання.

Важливою формою професійної підготовки майбутніх магістрів із ФКіС є магістерська практика. Магістерська практика магістрантів із ФКіС припускає формування в них професійно-педагогічних, особових, суспільно-політичних якостей, а також розвиток професійноетичної культури. Магістерська практика покликана розвивати й закріплювати проєктувальні, конструкторські, організаторські, комунікативні та інші уміння майбутніх магістрів. Її найважливіша мета – максимальне наближення діяльності магістрантів до їх майбутньої професії. Програми магістерських практик припускають закріплення, поглиблення спеціальних, психолого-педагогічних знань у процесі застосування їх до розв'язання конкретних завдань.

Під час магістерської практики доцільним є формування і розвиток у майбутніх підприємців умінь і навичок, професійно значущих якостей особистості, необхідних для розвитку підприємницької компетентності; виховання стійкого інтересу до підприємницької діяльності, потреби в реалізації знань і вмінь в галузі ФКіС, самоосвіті; виробленню творчого підходу до підприємницької діяльності; ознайомлення з сучасним станом підприємницької і комерційної діяльності у сфері спорту, з досвідом успішних підприємців.

Суттєву роль має відігравати контроль і самоконтроль, що забезпечують зворотний зв'язок у навчальному процесі – отримання викладачем і магістрантом інформації про ступінь труднощів, типові недоліки, які зумовлюють необхідність внесення в цей процес відповідних змін і постійного його вдосконалення. Контроль традиційно здійснюється під час семінарських, лабораторно-практичних занять, у формі усних опитувань, тестових завдань та проведення диференційованого заліку.

Модуль 3

Психолого-педагогічні фактори розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів із ФКіС

3.1. Індивідуально-особистісна та соціальна значущість розвитку підприємницьких якостей фахівця

Пропонована нами методика побудована таким чином, щоб у процесі оволодіння знаннями в галузі економіки і права у майбутніх підприємців формувалися такі якості, як культура і дисципліна праці, що визначають підприємницьку етику. Включення до процесу професійної підготовки спортсменів і учителів фізичної культури практико-орієнтованого курсу з основ підприємництва сприяє професійному самовизначенню, уможливорює зростання якості професійної освіти і розвиток підприємницького мислення і економічної культури. Методика РПК спрямована на виявлення власних підприємницьких якостей майбутніх магістрів. Допомагає ефективно використовувати свій творчий і підприємницький потенціал, накопичувати досвід соціальної взаємодії зі структурами малого і середнього бізнесу. Особлива увага приділяється мотивації оволодіння основами підприємницької діяльності, формуванню ініціативності та самостійності у прийнятті рішень; особистої і групової відповідальності; комунікабельності, вмінні діяти в команді; йти на обгрунтований ризик. Важливого значення набувають прагнення до підвищення рівня освіти та самоосвіти; вміння працювати з інформацією. У розробці методики РПК важливо, з одного боку, передбачити можливість максимального розвитку особистісних якостей магістрантів, які хочуть займатися підприємництвом у майбутньому, а з іншого – сформуванню у молоді загальні підприємницькі навички, які будуть затребувані в будь-якій іншій сфері діяльності.

Успіх у підприємницькій діяльності в галузі фізичної культури і спорту значною мірою залежить від особистісних якостей підприємця, який є ініціатором підприємницької діяльності, її організатором та надавачем відповідних послуг одночасно. Тому так важливо приділити увагу вивченню особливостей підприємницької діяльності і ділових якостей підприємця. Загальновизнаними якостями та рисами характеру підприємця прийнято вважати бажання досягти

успіху, ініціативність, самостійність, вміння вести справу та інші. Зокрема, слід відзначити, що підприємець як людина повинен бачити й оцінювати можливості бізнесу, формувати необхідні матеріальні, фінансові і трудові ресурси, одержувати вигоду від їх використання, виявляти ініціативу в новій справі, ефективно керувати людськими ресурсами, гарантувати успіх. Важливими рисами підприємця в галузі ФКіС, який є не тільки власником своєї справи, але й організатором підприємств (центрів) надання фізкультурно-оздоровлювальних, реабілітаційних послуг і господарської діяльності, для здійснення якої він наймає працівників, слід вважати понад усе його організаторські здібності, вміння поєднувати власні інтереси з інтересами працівників та скерувати енергію останніх на досягнення успіхів у роботі. Саме вміння підприємця ефективно співпрацювати з колективом є запорукою успішної роботи його організації на засадах отримання додаткового ефекту від цілісності прояву всіх факторів, що забезпечують успіх. Разом із тим слід зазначити, що така форма організації підприємницької діяльності є набагато складнішою, ніж індивідуальна підприємницька діяльність, наприклад тренера чи інструктора.

В економічному та соціальному аспекті результати підприємницької діяльності забезпечують задоволення потреб, в яких виявляються матеріальні і духовні інтереси людей. Зазначимо, що діяльність, яка не спрямована на задоволення суспільних потреб, не може визнаватися підприємницькою. Досягнення економічних і соціальних результатів як мети підприємництва відображає публічний аспект підприємницької діяльності в змісті задоволення суспільних потреб. Те, що ця ознака (елемент) включена у чинне визначення підприємництва, що міститься в Господарському кодексі України, означає акцентування на суспільному, зокрема, економічному та соціологічному значенні підприємництва, істотне посилення публічно-правового характеру поняття підприємницької діяльності.

У визначенні сутності підприємницької компетентності важливо окреслити обсяг і зміст поняття «підприємницька компетентність майбутніх магістрів з ФКіС». У Європейській довідковій системі (Key Competences for Lifelong Learning. A European Reference Framework) підприємницька компетентність визначається як «інтегрована якість, здатність особистості втілювати ідеї у сферу

економічного життя». Така здатність базується на креативності, творчості, інноваційності, здатності до ризику, а також спроможності планувати та організовувати підприємницьку діяльність.

У цьому контексті бажано розглянути також наступні питання: Підприємницька компетентність як соціально-економічний феномен і психолого-педагогічна характеристика людини. Визначення сутності підприємництва і підприємницької діяльності у соціології, психології, економіці. Суспільно-світоглядні позиції розуміння підприємницької компетентності на сучасному етапі цивілізаційного розвитку. Індивідуально-особистісна та соціальна значущість розвитку підприємницької компетентності фахівця з ФКіС. Підприємницька компетентність – інтегративна якість особистості майбутнього магістра з ФКіС, що характеризує її прагнення, готовність і здатність реалізувати свій потенціал у комерційній і професійній (фізкультурно-спортивній) діяльності. Сутність і структура підприємницької компетентності. Сутність і зміст компонентів підприємницької компетентності майбутніх магістрів із ФКіС. Мотиваційно-ціннісний компонент як характеристика мотиваційно-ціннісного ставлення магістрантів до процесу здобуття фахової освіти, залучення особи до системи відносин майбутнього професійного середовища і підприємництва. Когнітивно-процесуальний компонент – системна ознака розуміння професійної підготовки майбутніх магістрів у ЗВО як основи для інтеграції підприємницької і професійної (фізкультурно-спортивної) компетентностей. Суб'єктно-діяльнісний компонент як характеристика здійснення діяльності, спрямованої на планування підприємницької діяльності на етапах навчання, розв'язання освітніх і професійних завдань відповідно до перспективних стратегій розвитку кар'єрної компетентності. Рефлексивно-оцінний компонент як аналіз і самооцінка особистісних підприємницьких якостей і результатів своєї діяльності. Оволодіння основами підприємницької діяльності в контексті перспективних планів на самореалізацію у професійній (фізкультурно-спортивній) та підприємницькій діяльності. Можливі варіанти реалізації планів підприємницької діяльності, її етапи, стадії, стратегії, вимоги професійного середовища до знань, умінь, навичок, компетенцій майбутнього магістра і підприємця. За-

рубіжний досвід у контексті підготовки магістрантів до підприємницької діяльності (країни ЄС та США).

Спортивний бізнес тісно пов'язаний із головними факторами ринкової економіки – формами власності, системою вільного ціноутворення, конкуренцією, правом вільного вибору як для спортивного підприємця, виробника фізкультурно-спортивних послуг, так і для споживачів цих послуг, залежністю доходів підприємця від результатів його праці та ситуації на ринку фізкультурно-спортивних послуг тощо. Ринок сфери фізичної культури і спорту – це переважно ринок послуг, де їх виробництво і споживання відбувається одночасно. Це означає, що основним продуктом діяльності спортивних підприємств є послуга, тобто корисна доцільна діяльність, вираження соціально-економічних відносин у формі непродуктивної праці.

Наслідки споживання послуг спорту можуть мати матеріальний і довгостроковий характер (у вигляді підвищення рівня здоров'я, фізичної підготовки тощо). Ефект від споживання послуг залежить не тільки від умов їхнього виробництва, а й від умов споживання. Так, наприклад, рівень фізичної підготовки індивідуума визначається не тільки кваліфікацією його тренера і тривалістю занять фізичними вправами і видами спорту, а й здібностями спортсмена. Тому корисний ефект послуги є результатом спільних зусиль її виробника і споживача.

Головною рушійною силою динамічного розвитку сфери фізичної культури і спорту є попит індивідуальних споживачів на спортивні продукти та послуги. Саме глядач купує квиток на змагання й приходить до стадіону, може придбати і спортивну атрибутику з клубною символікою, а вболівальник вмикає свій телевізор для перегляду спортивних трансляцій, підвищуючи тим самим рейтинг спортивних змагань і їх ринкову вартість перед інвесторами, партнерами і рекламодавцями.

Попит споживачів продукції сфери фізичної культури і спорту, крім загальної соціально-економічної ситуації в країні, багато в чому залежить від таких факторів, як створення і формування певних спортивних традицій та моди на заняття спортом і відвідування спортивних змагань, а також планомірна, грамотна й цілеспрямована робота спортивних організацій для залучення глядачів і вболівальників до

спортивних змагань. Мова йде насамперед про спортивну культуру, формування певної культури «вболівання», що вкрай важливо для успішного розвитку сфери фізичної культури і спорту. У розвинених країнах така культура формується з кожним новим поколінням молоді. Так, у США, Великій Британії, Франції, Німеччині на спортивні змагання приходять цілими сім'ями, бо це приємна і звична для населення цих країн форма відпочинку й дозвілля.

На соціальному рівні важливою є пропаганда ідей та ідеалів спорту, його досягнень, ефективного пропагування як самих спортивних змагань, так і їхніх безпосередніх учасників спортсменів (особливо спортивних зірок, які мають бути національними кумирами, героями, гордістю країни і держави). Невипадкове твердження про те, що спорт – це предмет національної гордості. Мабуть, важко знайти в Україні, та й в інших країнах світу, людей, які не знають таких спортсменів, як брати Клички, Андрій Шевченко, Яна Клочкова, Олег Лісогор. Але будь-які традиції слід не тільки пам'ятати й підтримувати, а й посилювати.

Формування сфери фізичної культури і спорту пов'язане з використанням сучасних технологій, що істотно поглибило і розширило технологічні й функціональні зв'язки цієї сфери з іншими підсистемами національної економіки. Повнішому залученню спорту в економічний кругообіг сприяє функціонування останнього на основі ринкових відносин, що значно розширює джерела фінансування спортивної діяльності.

Важливо перелічити об'єктивні передумови ринкової трансформації сфери спорту, що нині цікавить великий і середній бізнес як нова сфера ділових відносин і потенційний об'єкт інвестування на 15-20 років. Серед багатьох передумов можна виділити такі:

– у низці країн (насамперед у США) за десятиліття було накопичено позитивний досвід як проведення певних комерційних змагань, так і тривалого функціонування самостійних комерційних спортивних проектів у формі спортивних ліг та асоціацій (найуспішніші з них функціонують у баскетболі, американському футболі, хокеї, бейсболі);

– бурхливий і динамічний розвиток із 1970-х років фітнес-індустрії, яку започаткувало масове захоплення американців аеробікою та шейпінгом. Фітнес-індустрія вже кілька десятиліть

успішно функціонує в багатьох країнах як самостійний і досить успішний та вигідний бізнес;

- інтерес великих міжнародних і національних виробників товарів і послуг до спорту (насамперед професійного) і активне його використання для реклами своєї продукції. Великі спортивні змагання, професійні клуби й певні професійні спортсмени стали ефективними конкурентоспроможними рекламними носіями;

- спортивні змагання (особливо міжнародні) стали вигідним комерційним продуктом, який можна успішно продавати;

- професійні спортивні клуби дедалі частіше починають успішно функціонувати як комерційне підприємство, що працює в інших сферах бізнесу.

Як зазначає В. Лукащук, інтеграція виробників фізкультурно-спортивних послуг у систему ринкових відносин призводить до зміни змісту і форми їхньої господарської діяльності. Це виявляється в активному застосуванні таких ринкових інструментів господарювання, як підприємництво, маркетинг, споноринг.

У сучасних умовах підприємництво стало найпоширенішою формою господарської діяльності у сфері фізичної культури і спорту розвинених країн. Воно розвивається у двох напрямках: малий спортивний бізнес і великий спортивний бізнес.

Стан малого бізнесу є одним із основних показників рівня соціально-економічного розвитку країни. Підприємництво в сучасному суспільстві стало саме тією сферою, де повною мірою можна використовувати професійні якості, досвід і знання з великою соціально-економічною віддачею. Найочевидніші соціальні функції підприємництва створення достатньої кількості робочих місць для забезпечення зайнятості та самозайнятості населення, а також середнього класу власників, що в економічно розвинених країнах становлять соціальну й економічну основу суспільства.

Малий спортивний бізнес практично не відрізняється від бізнесу в інших галузях народного господарства, йому притаманні:

- переваги (гнучкість, ефективність, швидке реагування на зміни ринкової кон'юнктури);

- недоліки (брак фінансових ресурсів, обмежений досвід у сфері виробництва та управління, сильна конкуренція та ін.);

- організаційно-правові форми (одноосібне володіння, господарське товариство, акціонерне товариство, франшиза);
- джерела фінансування у разі створення бізнесу (часткова участь, фінансування у борг)
- управлінські інструментарії (бізнес-план).

Закономірним наслідком поширення підприємництва у сфері фізичної культури і спорту є орієнтація на отримання якомога більших доходів для забезпечення не тільки відшкодування зростаючих витрат фізкультурно-спортивних організацій, а й отримання прибутку. Підприємництво у сфері фізичної культури і спорту дає змогу досить швидко та ефективно просувати на світовий ринок фізкультурно-спортивні послуги і є дуже привабливим для бізнесменів, бо дає чималі переваги порівняно з іншими сферами економічної діяльності. Наприклад, викликає інтерес низька матеріаломісткість фізкультурно-спортивних послуг. Підраховано, що в затратах на виробництво фізкультурно-спортивних послуг амортизаційні відрахування становлять від 8 до 41 %. Це означає, що для започаткування та здійснення підприємництва у сфері фізичної культури і спорту потрібен значно менший початковий капітал, ніж у галузях матеріального виробництва. Приміром, українські фахівці вважають, що для створення фітнес-клубу середнього рівня потрібно мати 3260 тис. доларів США. Причому термін окупності інвестицій становить 18-24 місяці, що значно менше, ніж у галузях матеріального виробництва.

Ефективний бізнес неможливий без маркетингової діяльності, на базі якої будується система торгово-купівельних відносин людей і комерційних організацій у сучасному світі. Дослідження маркетингу в індустрії спорту у вітчизняній соціології практично відсутні, але соціальне замовлення на ці дослідження вже цілком сформувалося, тому що виробництво спортивного інвентарю, торгівля спортивними товарами і послугами набула загального характеру, чому сприяють сучасні засоби масової інформації, міжнародні спортивні зв'язки держав, Олімпійські ігри, чемпіонати континентів та світу з численних видів спорту, що вимагають спортивного інвентарю, спортивного одягу і харчування, спортивних засобів пересування тощо. Задоволення потреб споживачів спорту в різних товарах і послугах неможливе без знань маркетингу інстру-

мента, що вивчає взаємодію попиту та пропозиції на ринку, а також визначає засоби просування цих товарів і послуг на ринок до їхнього споживача. Вищевказані фактори вимагають наукової розробки соціологічних підходів, принципів і методів забезпечення маркетингової діяльності в індустрії спорту.

Ефективне функціонування галузі не може бути забезпечене без ретельного теоретичного осмислення питань управління, правового і фінансового забезпечення її діяльності. Серед найважливіших моментів – формування ефективного організаційного економічного механізму функціонування галузі і, зокрема, механізму формування послуг у цій сфері, що зумовлює безсумнівну актуальність досліджуваної проблеми.

3.2. Мотивація професійної діяльності і розвитку підприємницької компетентності

Важливим чинником у формуванні ініціативності та підприємливості є мотиваційне середовище занять. Саме через вхідну мотивацію у вступній частині необхідно зацікавити магістрантів, визначити зв'язок науки з життям, зануритися в особистий досвід людей, які готували себе до професійної діяльності у галузі фізичної культури і спорту, а тепер готові реалізувати ці знання у підприємницькій діяльності. В основній частині заняття важливо підтримувати та посилювати мотивацію до навчання через залучення майбутніх магістрів до активної діяльності, що забезпечить формування ціннісних орієнтацій особистості магістранта. Мотивація перспективи в підсумковій частині заняття сприятиме усвідомленню неперервності процесу навчання. Формуванню та розвитку компетентностей магістрантів мають сприяти завдання міжпредметного типу. Це дасть змогу налаштувати їх на творчу пошукову діяльність і встановити місце й роль конкретної дисципліни в підприємництві і ширше – суспільно-науковій картині світу. Доцільним є використання інтерактивних методів навчання, для яких характерним є те, що в процесі навчання активність тих, хто навчається, перевершує активність викладача. Успіх у використанні інтерактивних методів залежить від поведінки викладача, який може підтримати певні реакції майбутніх магістрів або заблокувати їх.

Існують різні підходи до розуміння поняття професійної мотивації діяльності, або підприємницької мотивації. Сучасні вітчизняні автори визначають її як прагнення працівника задовольнити свої потреби (отримати певні блага) за допомогою професійної діяльності.

Мотивація – спонукання до активної професійної діяльності, засноване на задоволенні важливих для людини потреб, таких як визнання, самореалізація, приналежність до соціально значущої групи, тощо.

Мотивація – це процес, що починається з фізіологічної або психологічної нестачі або потреби, яка активізує поведінку або створює спонукання, спрямоване на досягнення певної мети або винагороди.

Мотивація може розглядатися у функціональному сенсі як процес цілеспрямованого впливу на формування мотивів поведінки людей. У такому розумінні мотивація – найважливіша функція управління.

Ефективна система діагностики та психологічного аналізу уявлень про бізнес сприяє успіху виявлення факторів, що негативно впливають на ці уявлення, а також, як правило, підвищенню ефективності вибору напряму роботи.

Позитивні зміни у змісті професійної спрямованості магістранта виявляються у зміцненні мотивів, пов'язаних із майбутньою професією (прагнення добре виконувати свої ділові обов'язки, демонструвати себе знаючим і вмілим фахівцем); у зростанні рівня домагань стосовно успішного розв'язання складних учбових завдань; у посиленні почуття відповідальності, бажанні досягти успіхів у спорті і бізнесі тощо. Суттєві зміни відбуваються в структурі самосвідомості майбутнього магістра, у рівні його самооцінки та в ставленні до себе.

Для розвитку підприємницьких орієнтацій майбутніх магістрів і стимулювання їхніх професійних мотивів важливо формувати, по-перше, правильне уявлення про суспільну значущість і зміст майбутньої професійної діяльності (будь-якої); по-друге, позитивну мотивацію до засвоєння знань і вмінь, які мають пряме відношення для успішного розв'язання професійних завдань; по-третє, впевненість магістранта в можливості успішно опанувати професію

та наявності в нього для цього необхідних задатків і здібностей зміцнюючи професійну самооцінку; а також стимулювати самоосвіту та самовиховання, викликаючи активний інтерес до всього, що пов'язано з майбутньою професією, поступово наближати до виконання соціально-рольових функцій наставника, викладача, консультанта та ін., оптимізуючи взаємини у системі «магістрант – викладач»; увиразнювати ціннісні орієнтації, що пов'язані з професійною діяльністю: настанови, переконання, пріоритети щодо професійної діяльності. З метою формування ціннісно-світоглядних уявлень та орієнтацій у майбутніх інженерів викладачам бажано виробити соціально-професійний аспект «Я-концепції» майбутнього магістра (ідентифікацію «Образу-Я» з професійною моделлю, позитивну самооцінку і професійний імідж – самопрезентацію), а також визначити психологічну готовність до майбутньої професійно-трудої діяльності після закінчення ЗВО.

Сформована завдяки цьому суб'єктна позиція та позитивна професійна Я-концепція стають факторами успіху в спортивній і підприємницькій діяльності.

У майбутніх магістрів вдосконалюється система ціннісних орієнтацій, які пов'язані з професійною діяльністю. Цінність – усвідомлення і прийняття магістрантом значення своєї професійної і підприємницької діяльності.

Нові зміни в самосвідомості майбутніх магістрів зумовлюються професійною діяльністю:

1. Формується ціннісно-смісловий зміст «Я-концепції». На зміну кризи ідентичності приходять стійке уявлення про своє «Я» як майбутнього фахівця. Зростає рівень досягнень у галузі майбутньої професійної діяльності, готовність до самореалізації вже в професійній діяльності.

2. Формується позитивна самооцінка, до змісту якої входять відповідні професійні якості.

3. Змінюються мотиви трифакторної «Я – самопрезентації»:

- бажання продемонструвати свої ділові (професійні) якості;
- намагання викликати до себе діловий, професійний інтерес;
- завоювати авторитет своїми діловими якостями.

Практичний досвід засвідчує, що недооцінка ролі та особливостей «Я-концепції» студентів магістратури призводить до суттєвих

вад в їхньому професійному становленні і розвитку підприємницької компетентності, оскільки не забезпечуються соціально-психологічні умови актуалізації творчого потенціалу майбутніх магістрів, стимулювання його професійного становлення та особистісного зростання. Відтак «Я-концепція» майбутнього фахівця постає у формі складної динамічної системи уявлень магістранта про себе як особистість і суб'єкта навчально-професійної діяльності. «Я-концепція» забезпечує внутрішню узгодженість особистості, відносну стійкість її поведінки. Вона важлива у професійному і підприємницькому розвитку майбутніх магістрів з ФКіС.

Людина з позитивною «Я-концепцією» відповідально усвідомлює свої потреби й намагається їх реалізувати, але робить це за власним бажанням, тому відчуває внутрішню свободу. У змісті «Я» наявні професійні якості і настанови, що свідчить про професійну спрямованість особистості магістранта та є важливою особистісно-психологічною передумовою розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів із ФКіС.

3.3. Психолого-педагогічне забезпечення розвитку підприємницької компетентності

Педагогічною умовою кожного заняття із розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів з ФКіС є пріоритетне ставлення до психолого-педагогічного забезпечення процесу формування позитивного ставлення магістрантів до підприємницької діяльності й оволодіння відповідними знаннями, вміннями, навичками, здатністю реалізувати їх у практичній діяльності, зокрема у створенні бізнес-проектів. Визначення підприємництва в цьому контексті має розглядатися як певна світоглядна позиція особистості майбутнього магістра-підприємця, що проявляється в уявленнях про стиль життя, культуру поведінки, у діловій активності, творчому підході до навколишнього світу та здатності самостійно дбати про задоволення власних і чужих потреб. Таке широке розуміння цього поняття виходить за межі суто економічних знань і вмінь, які загалом асоціюються з підприємництвом. Реалізовані в рамках програми заняття, разом із поглибленням знань та здобуттям конкретних умінь, мають на меті завдяки відповідному досвіду сформувати у майбутніх магістрів із ФКіС підприємницькі

якості. Прикладом може бути наступне заняття, метою якого є засвоєння основних понять і формування особистісних якостей майбутніх магістрантів-підприємців.

У визначенні *цілей* підприємницької діяльності і організації спортивного підприємства магістрантами на занятті передбачається наступне:

- використання понять і термінів: особистість, асертивність, креативність, підприємливість, дивергентність мислення;
- засвоєння суті поняття «підприємництво» й описуються риси підприємливої людини;
- усвідомлюються процеси формування підприємницької компетентності;
- роль підприємництва у задоволенні своїх і чужих потреб;
- характеризуються різні типи особистості людини;
- відрізняють креативність від підприємливості;
- називають риси підприємливої особи;
- пояснюють, у чому полягає креативність і підприємливість людини;
- оцінюють сильні та слабкі сторони власної особистості.

Ключові поняття: підприємливість, підприємець, креативність, особисті риси, мотивації, нахили, цілі започаткування господарської діяльності.

Пропонована тематика занять:

1. Підприємливість. Як ми розуміємо поняття «підприємливість»? Що означає бути підприємливим? Вправа «Чи знаю я підприємливих людей?»

2. Підприємець – що це означає? Ситуаційна вправа «Підприємливі особи».

3. Риси підприємця. Чи можеш ти бути підприємцем? Що означає бути підприємцем?

4. Ідеальний образ кандидата у підприємці – 6 чинників, які описують здатність бути підприємцем: особисті риси, схильності, вміння, мотивації, цілі започаткування господарської діяльності, цінності і принципи, якими він повинен керуватися [19].

Очікувані результати

Магістрант:

- розуміє і користується ключовими поняттями;
- з'ясовує, як робота і підприємливість допомагають у задоволенні власних економічних потреб та потреб інших осіб;
- пропонує конкретні рішення, пов'язані з поліпшенням оздоровлювальної і спортивно-масової роботи у певних територіальних межах;
- планує етапи реалізації представлених бізнесових ідей;
- може працювати в групі, приймати рішення й оцінювати результати власної роботи;
- може охарактеризувати та ієрархізувати власні потреби і потреби соціальних груп в оздоровлювальних, фізкультурно-спортивних і розважальних послугах.

Корисними є бесіди щодо виявлення можливих напрямів і способів розвитку підприємницької компетентності за допомогою аналізу галузі фізичної культури і спорту, об'єктів і видів професійної діяльності та відповідних завдань. Про можливості майбутнього фахівця щодо проектування стратегії власного бізнесу. На таку лекцію-бесіду рекомендується запросити успішного бізнесмена відповідно до спеціальності та спеціалізації професійної підготовки майбутніх менеджерів із ФКіС в університетах фізичної культури і спорту.

Важливим психологічним фактором розвитку підприємницької компетентності є здатність майбутнього магістра-підприємця до рефлексивних дій. Багатьом відомо, що коли не можеш змінити ситуацію, можна змінити своє ставлення до неї. Більшість проблем і труднощів, що виникають, такими насправді не є. Часто це продукт попередніх їм дій, прийнятих рішень, які можна скоригувати, використовуючи рефлексію. Тому майбутнім підприємцям не слід розглядати своє життя і бізнес як нескінченну боротьбу. Рефлексивна практика допоможе їм позбутися таких видінь. Її алгоритм нескладний, але вимагає уваги і відповідальності.

Залучаючи майбутніх магістрів із фізичної культури і спорту до здійснення рефлексії процесів і результатів виконаних завдань, оцінки й самооцінки сформованості підприємницької компетентності, треба щоб на кожному етапі рефлексії вони навчилися

ставити перед собою кілька питань і відповідати на них. Проектна діяльність і рефлексивні дії щодо її результатів мотивують магістрантів до критичної оцінки бізнес-проектів фізкультурної, спортивної, інформаційної, соціальної, оздоровлювальної спрямованості, оволодіння інформаційними технологіями, комп'ютерною графікою. Завдяки рефлексії відбувається утвердження набутої світоглядно-ціннісної відрефлексованої позиції, удосконалення, стабілізація і корекція сформованих умінь, рефлексія набутого досвіду початків підприємницької діяльності з метою особистісно-професійного саморозвитку й самовдосконалення та творчого підходу до професійної діяльності.

Інструменти рефлексії в майбутньому допоможуть вибудувати відносини з контрагентами. Наприклад, деякі фахівці рекомендують при роботі з клієнтами наступний метод. Керівник компанії (менеджер) вибудовує систему цінностей, ранжує її (виставляє пріоритети, наприклад, у відсотках), і цей «одяг» приміряється на себе, чи не провисає і чи не тисне. Це співвідношення досліджується і свідчить про базовий рівень самооцінки або саме відносин. Аналогічно вибудовується система пріоритетів у взаємодії з клієнтом, приміряючись до конкретного замовника фізкультурно-спортивних послуг. На занятті можна розглянути варіанти таких відносин (взаємодії):

Варіант 1 – взаємодія зазвичай навіть не починається. Виняток: якщо підприємець не боїться говорити про проблеми, і замовник знаходиться в такій же ситуації, тоді є шанс на успіх.

Варіант 2 – підприємець повністю підкоряється волі замовника, в якого велике бажання «покермувати» професіоналами.

Варіант 3 – робота можлива, але результат стає формальним, він не дасть нікому додаткових дивідендів.

Варіант 4 – зневага замовником, відсутні стимули до мобілізації професійних ресурсів, висока внутріфірмова конфліктність.

Щоб потрапити в зону оптимуму (55-70%), потрібна особлива робота персоналу, особливо її керівництва, – рефлексія – робота з осмислення цінностей і створення творчої критичності до власних ресурсів розвитку.

Готуючись до підприємницької діяльності, магістрант у кінцевому рахунку повинен усвідомлювати, що він готується управ-

ляти людьми, своїми співробітниками. Персонал – його найпотужніший і цінний у майбутньому ресурс. Від нього залежить існування бізнесу, його успіх, але можливий і повний крах. Часто виникають всередині фірми конфлікти, руйнуються комунікації, взаєморозуміння. Професійні співробітники і фахівці нерідко залишають компанію, угледівши неможливість реалізувати свій потенціал або порушення даних обіцянок з боку керівництва і невиправданість своїх очікувань. Керівнику легше, простіше і, головне, швидше, якщо не відмахнутися від, здавалося б, не своїх проблем, то вислухати неухважно. Часу немає – працювати треба!

Так ось, час має бути завжди! Життя людей – учасників бізнесу визначає ділова етика – набір моральних принципів і цінностей, які керують поведінкою людей і оцінками, які вони дають вчинкам інших. Які б управлінські рішення не приймалися, які б схеми поведінки людини і своїх впливів на нього не представлялися, не слід забувати, що в основі всього лежить моральність, хоча вона і по-різному проявляється в кожній окремій людській долі. Це ніби внутрішній кодекс законів, який визначає, як можна поводитися, а як не можна, які рішення можна приймати, а які ні, де проходить межа між добром і злом. І в таких ситуаціях теж корисно зайнятися рефлексивними практиками.

Рефлексуючі люди активні, визнають інновації, поважають постійне вдосконалення, вміють і знають, як досягти поставлених цілей з мінімальними витратами. Нерефлексуючі, як стверджують психологи, консервативні, не люблять нічого міняти і самі змінюватися, пасивні і часто займають вичікувальну позицію. Рефлексія допомагає розуміти витоки, причини і наслідки подій, які за звичкою і некомпетентності трактуються зазвичай як випадкові, вона дозволяє побудувати цілісне системне уявлення про відносини з персоналом і зовнішніми контрагентами. Рефлексивно-психологічні інструменти дозволяють діагностувати стан компанії і її потенціал розвитку, зовнішні і внутрішні комунікації, встановлювати зони конфліктів і ризиків. За допомогою рефлексії можна прогнозувати розвиток відносин і виробляти ефективні заходи їх корекції. Тобто рефлексія допомагає інноваційно управляти бізнесом.

Алгоритм групової рефлексії

А. Реконструкція появи труднощів:

1. Які мої конкретні дії передували ситуації, що виникла?

2. Якою була реакція інших членів групи на мої дії?

3. Що робили інші в цей період?

Б. Аналіз – виявлення причини труднощів:

1. Чому я зробив саме ті дії, які я зробив?

2. Як можна сформулювати принцип, який обґрунтовував би правильність моїх дій у даній ситуації?

3. Якими принципами (нормами) керувалися інші члени групи, здійснюючи свої дії?

В. Критика неадекватних норм поведінки і уявлень про діяльність:

1. Які мої дії відповідали вирішенню завдання, що стоїть перед групою?

2. Які мої дії не відповідали вирішенню завдання, що стоїть перед групою?

3. Які норми лежали в основі моїх дій, які не ведуть до вирішення поставленого завдання?

Далі слід відповісти на ці запитання відносно інших членів групи.

Г. Нормування діяльності – перебудова колишньої норми діяльності. Необхідно: 1. Кожному члену групи викласти свої висновки, отримані на попередніх етапах. 2. Обговорити представлені результати. 3. Сформулювати норми діяльності, які, на думку більшості, є продуктивними, відмовившись від неефективних норм і дій.

Д. Відновлення діяльності на основі нових норм. Перш ніж відновити діяльність, необхідно: 1. Переконатися, що всі члени групи, якщо не згодні з усіма новими нормами роботи, то щонайменше розуміють їх. 2. Ще раз уточнити розуміння завдання, що стоїть перед групою. 3. Домовитися про процедуру послідовного дотримання узгоджених норм.

Будь-яке нове серйозне ускладнення у підприємницькій діяльності має рефлексуватися [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Рефлексивна діяльність слугує не тільки підсумком, але й початковим етапом у плануванні бізнесу, створенні бізнес-проектів на основі адекватної самооцінки і оцінки можливостей, що надаються соціумом. Одним із сучасних методів, що передбачає

процеси самоактуалізації і рефлексивної діяльності, є створення «е-портфоліо» (електронне портфоліо) як системоутворювального засобу досягнень, основою постановки нових цілей і подальшої діяльності.

Мета створення е-портфоліо полягає в систематизації інформації про свої досягнення, навички й уміння, компетенції, особисті якості, плани щодо працевлаштування і розвитку бізнесу. У портфоліо обов'язково включаються освітні і навчальні досягнення у ЗВО. Орієнтовна структура е-портфоліо для майбутніх магістрів включає наступні розділи: Папка – «Інформація» (резюме, презентація, портрет); Папка – «Офіційні документи» (дипломи, грамоти, сертифікати про проходження курсів додаткової освіти, подяки, рекомендації); Папка – «Роботи» (значущі роботи освітньої діяльності, творчі роботи, науково-дослідні роботи, курсові роботи, звіти з практики, дипломна робота). Папка – «Відгуки, плани, враження» (рецензії, есе, плани).

Модуль 4

Методи проектування у розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів

4.1. Моделювання ситуацій підприємницької діяльності

Моделювання бізнес-процесів є одним із методів поліпшення якості та ефективності процесу розвитку підприємницької компетентності майбутніх магістрів. В основі цього методу лежить опис процесу створення власної справи через різні елементи (дії, дані, події, матеріали та ін.). Як правило, моделювання бізнес-процесів описує логічний взаємозв'язок усіх елементів процесу від його початку до завершення в рамках організації. Складнішим завданням для майбутніх підприємців може бути моделювання ситуацій, які включають у себе зовнішні відносно даного бізнес-проекту процеси або системи. Моделювання бізнес-процесів дозволяє майбутнім магістрам-підприємцям зрозуміти роботу і провести аналіз власного бізнес-проекту. Це досягається за рахунок того, що моделі можуть бути складені з різних аспектів і за різними рівнями управління. У малих організаціях моделювання бізнес-процесів виконується менш детально і не так різносторонньо, ніж у

великих, що пов'язано з різною кількістю крос-функціональних зв'язків.

Формалізований, виконаний за певними правилами опис послідовності дій підприємця у формі логічних блок-схем визначається як «моделювання ситуацій підприємницької діяльності». За такою моделлю визначають вибір подальших дій, виходячи з ситуативного факту. Наприклад: «якщо всі документи для формування страхового акту є в наявності, то формуємо цей документ. Якщо немає, то вживаємо заходів для отримання документів, яких не вистачає». У моделі бізнес-процесів певні послідовності окремих дій об'єднуються у відповідні процедури і сценарії бізнес-процесів. Описується взаємодія фахівців різних підрозділів у межах одного бізнес-процесу. Моделі ситуацій підприємницької діяльності (бізнес-процесів) можуть бути відображені графічно. Така модель уможливорює аналіз і вдосконалення бізнес-проектів.

На початковому етапі ознайомлення з бізнес-проекткуванням доцільно РПК пов'язати з прийняттям рішень в умовах неповноти інформації. Джерела невизначеності можуть бути різноманітні: нестабільність економічної та/або політичної ситуації, невизначеність дій партнерів по бізнесу або конкурентів, випадкові чинники. Тобто йдеться про значну кількість обставин, врахувати які неможливо (наприклад погодні умови, невизначеність попиту на послугу, недостатня ефективність реклами, неточність інформації тощо). Економічні рішення з урахуванням наведених і багатьох інших невизначених факторів приймаються в рамках так званої теорії прийняття рішень – аналітичного підходу до вибору найкращої дії (альтернативи) або послідовності дій. У залежності від ступеня визначеності можливих результатів або наслідків різних дій, з якими умовно стикається майбутній магістр, розглядаються три типи моделей вибору рішень:

- в умовах визначеності, якщо апробована дія, яка неодмінно призводить до певного конкретного результату;
- вибір рішення як ризик, якщо кожна дія приводить до одного з безлічі можливих результатів, причому кожен результат має розраховуватися. Передбачається, що майбутньому магістру-підприємцю ці ймовірності відомі або їх можна визначити шляхом експертних оцінок;

- вибір рішень при невизначеності, коли та чи інша дія або кілька дій вже давали певні результати, але їх ймовірності абсолютно не відомі або не мають сенсу.

Під *ризиком* прийнято розуміти ймовірність (загрозу) втрати особою або організацією частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат у результаті здійснення певної підприємницької і фінансової політики.

Розрізняють наступні види ризиків:

- *виробничий*, пов'язаний із можливістю невиконання фірмою своїх зобов'язань перед замовником;

- *кредитний*, зумовлений можливістю невиконання фірмою своїх фінансових зобов'язань перед інвестором;

- *процентний*, виникає внаслідок непередбачуваної зміни процентних ставок;

- *ризик ліквідності*, зумовлений несподіваною зміною кредитних і депозитних потоків;

- *інвестиційний*, викликаний можливим знецінюванням інвестиційно-фінансового портфеля, що складається з власних і придбаних цінних паперів;

- *ринковий*, пов'язаний з імовірним коливанням ринкових процентних ставок як власної національної грошової одиниці, так і закордонних курсів валют.

Моделювання бізнес-процесів застосовують для розв'язання низки завдань. Найчастіше його використовують для оптимізації безпосередньо модельованих бізнес-процесів. Спочатку описують стан, в якому перебуває бізнес-проект і відповідні процеси його реалізації в даний момент, далі їх протікання на практиці, після чого за допомогою обраних методів виділяють у них вузькі місця і на основі аналізу створюють «ідеальні» моделі, до яких потрібно прагнути. Визначати вузькі місця в бізнес-процесах можна, використовуючи певні методи, наприклад імітаційне моделювання. За основу в даному випадку беруть інформацію про ймовірність настання ситуацій, здатних вплинути на перебіг процесу, про тривалість реалізації функцій у процесі і законах розподілу часу виконання, а також інші дані, наприклад, ресурси, задіяні у процесі створення і організації діяльності спорткомплексу або фітнес-клубу. Виявити вузькі місця можна, проаналізувавши чинні процеси і,

відповідно, фактичний час реалізації функцій або очікування доступності ресурсів. Ця інформація і стане основою для висновків. Отримати реальні значення можна за допомогою як інформаційних систем (при високій організаційній спроможності бізнес-процесу), так і стандартного хронометражу та інших методів. Застосовувати опис бізнес-процесів можна ще одним способом – використанням сукупностей моделей бізнес-процесів для генерації корпоративних нормативно-правових документів. Це можуть бути посадові інструкції, регламенти, положення про підрозділ. Моделювання бізнес-процесів нерідко використовують і при підготовці фірми до проходження сертифікації на відповідність певному стандарту якості. У даний момент майже будь-яке моделювання дає можливість отримувати інформацію про об'єкти на моделях про те, як вони пов'язані між собою, і представляти їх у вигляді документації, незважаючи на відмінність видів технологій, що становлять основу рішень. Часто моделі бізнес-процесів використовують, оптимізуючи схему управління і створюючи систему мотивації персоналу підприємства. Тут зазвичай вдаються до моделювання цілей компанії, розбиваючи кожен на кілька більш докладних, аж до детального поділу, при якому цілі пов'язані з роботою окремих фахівців. Далі для цих завдань формують кількісні показники, на основі яких судять про ступінь їх досягнення. Показники стають основою для розробки мотиваційної системи співробітників підприємства. Проектуючи різні ІТ-рішення, у тому числі інформаційні системи, фахівці нерідко вдаються до моделювання бізнес-процесів. Сучасне технічне завдання цілком може складатися не тільки зі списку вимог, а й із моделювання. Фахівці з процесного та управлінського консалтингу озвучують різні думки. Але завжди слід пам'ятати, що в ряді ситуацій у питанні прийняття рішень про створення моделі бізнес-процесів основною є саме завдання, пов'язане з коректною автоматизацією і інформаційною підтримкою напрямів роботи створюваного (планованого) підприємства.

Оволодіння структуриванням управління організаційними системами – завдання досить складне для майбутніх магістрів із ФКіС. Тому практики діють часто інтуїтивно і далеко не завжди можуть пояснити причини своїх рішень, успіх або невдач, але при цьому досить точно враховують нюанси і вибудовують гнучку і

ефективну систему під конкретне завдання. Але систематизований досвід, перетворений у схему, дає можливість майбутнім і чинним магістрам-підприємцям більш глибоко проникати в суть завдань менеджменту і знаходити по-справжньому системні рішення.

Зазначимо, якщо діюче підприємство може функціонувати, спираючись на вибудовану систему управлінського обліку, не вдаючись у деталі опису бізнес-моделі, то майбутнім магістрам-підприємцям при створенні бізнес-плану потрібно буде постійно пам'ятати про всю концепцію бізнесу, щоб реалізувати цілі проекту. У цьому випадку компактне відображення бізнес-моделі може виявитися вельми корисним.

4.2. Планування підприємницької діяльності і бізнес-проекування

На всіх етапах розвитку підприємницької компетентності пропонується залучення майбутніх магістрів із ФКіС до різних форм планування підприємницької діяльності і бізнес-проекування. Планування своєї підприємницької діяльності є найважливішою умовою розвитку відповідної компетентності, основою економічного росту та процвітання.

Сутність планування виявляється у тому, що:

- воно має справу з вибором із багатьох можливих альтернатив розвитку підприємства в майбутньому;
- планування є безперервним процесом прийняття рішень, у ході якого встановлюється й постійно уточнюються у часі цілі й завдання розвитку підприємства, визначаються стратегія й політика щодо їх досягнення, розробляються детальні плани, в яких скоординовано виконання показників, які відображають різні сторони ведення економіки підприємства;
- основним у плануванні повинен стати принцип, відповідно до якого функціонування підприємства повинне бути рентабельним;
- через відмінності, що виходять з окремих напрямів діяльності підприємства, планування поділяється на стратегічне, довгострокове, короткострокове та поточне.

Стратегічне планування – це бачення підприємства у майбутньому, його місця та ролі в економіці, а також основних шляхів та засобів досягнення цього стану. Це узагальнений план, зроблений

на підставі різних прогнозів. Період такого розгляду складає 10-15 років.

На базі стратегічного планування здійснюється *довгострокове планування* на найближчі 3-5 років. У ньому всі прогнози отримують своє економічне обґрунтування й уточнення із урахуванням тенденцій розвитку господарської ситуації на найближчий час.

На основі цих планів здійснюється *короткострокове планування*. Його конкретним вираженням є плани розвитку з періодом від 1 до 3 років. Їхньою особливістю є те, що показники найближчого року коригуються щоквартально, а показники другого й третього років – щопівроку або щорічно.

Через динамічність процесів, які відбуваються у господарському та політичному житті країни, слід здійснювати поточне планування терміном до 1 року. Його основою є короткострокові плани й поточні тенденції розвитку попиту та пропозиції. У ньому показники встановлюються на рік і поділом на квартали.

Планування господарської діяльності здійснюється з використанням різних методів: балансового методу; нормативного; економіко-статистичного; програмно-цільового.

Суть *балансового* методу полягає у виявленні зв'язку між показниками плану та ресурсами для забезпечення їхнього виконання.

Сутність *нормативного* методу виявляється в тому, що при його розробці використовуються різні види нормативів: ціни, тарифи, ставки, відсотки, коефіцієнти.

Економіко-статистичний метод передбачає проведення аналізу й використання його даних на запланований період із використанням: згрупованих методів, індексів, графіків, середніх величин у взаємозв'язку.

Програмно-цільовий метод передбачає чіткий вияв цілей та напрямів діяльності даного підприємства. Ці цілі поділяються на окремі завдання, визначаються терміни досягнення цілей. Таким чином, конкретні плани набувають цільового характеру, виступають як сукупність заходів для досягнення поставлених цілей.

Для щойно створюваних підприємств або для здійснення будь-яких комерційних проектів для отримання позики чи кредиту необхідно складати бізнес-плани, де описуються всі основні аспекти підприємницької діяльності.

Важливим документом, який передуює початку діяльності підприємства, служить підприємницький *бізнес-план*. Структура та зміст бізнес-плану суворо не регламентуються.

Головною метою підприємницького бізнесу є отримання прибутку. Плануючи відповідну угоду, насамперед слід визначити, на яку суму прибутку можна розраховувати, та переконатись у тому, що проект взагалі спроможний взагалі принести бажаний прибуток.

Поряд із головною, визначальною метою, в полі зору укладачів бізнес-плану повинні перебувати й інші цілі та завдання – соціальні цілі: підвищення статусу підприємця, благодійність.

Бізнес-план – це документ, в якому описуються всі основні аспекти підприємницької діяльності, аналізуються головні проблеми, з якими може зіткнутися підприємець, та визначаються основні способи розв'язання цих проблем.

Не слід вважати, що бізнес-план необхідний тільки для великих підприємств. Як свідчить світова практика, він потрібний для всіх форм та видів підприємництва й насамперед для того, щоб ретельно проаналізувати свої ідеї, перевірити їхню раціональність, реалістичність та зменшити тим самим ризик невдачі.

Цінність бізнес-плану визначається тим, що він :

- дає змогу визначити життєздатність підприємства в умовах конкуренції;
- містить орієнтири, згідно з якими бізнесмен буде діяти на етапі становлення та розвитку підприємства;
- прогнозує процеси розвитку виробництва;
- конкретизує шляхи досягнення мети й подолання перешкод;
- служить важливим елементом виробничої діяльності підприємства;
- є фактором, що стимулює інтереси потенційних інвесторів в їхніх пошуках укладення коштів та розвиток виробництва.

Магістранти пізнають сутність бізнес-плану та його ролі у заснуванні власної справи. На заняттях розглядаються питання методології та стадій розробки бізнес-плану; структура та обсяг бізнес-плану; технологія розробки бізнес-плану; зміст та принципи комерційного розрахунку.

Якщо дозволяє час і є така можливість, можна запропонувати майбутнім магістрам заняття на тему «Загальні основи маркетингу у

спортивному підприємстві». Оволодіння основами маркетингу у спортивному підприємстві сприяє формуванню у студентів знання про особливості маркетингу у галузі ФКіС: функції, принципи та типи. Зауважимо, що такі питання, як види та концепції маркетингу, маркетингове середовище, зміст і напрями маркетингових досліджень, види маркетингових досліджень, їх переваги і недоліки, етапи проведення маркетингових досліджень, розробка плану проведення маркетингових досліджень, характеристика основних методів збору даних, реклама та її роль у підприємстві, мали розглядатися на заняттях із «Менеджменту та маркетингу у ФК і спорті» – дисципліна, яка передбачена у нормативній частині циклу гуманітарної та соціально-економічної підготовки.

Бізнес-проекування охоплює вибір сфери діяльності та форми організації бізнесу, визначаються переваги створюваного підприємства, аналіз конкуруючих товарів і підприємств-конкурентів. Потім доцільно розглянути конкурентоспроможність підприємства. Вибір організаційно-правових форм господарювання. Пошук джерел фінансування. Обмеження в підприємстві. Припинення діяльності підприємств. Окремо в цій темі необхідно розглянути вибір способу започаткування бізнесу як традиційні (створення нового підприємства, купівля існуючого бізнесу), так нетрадиційні (прямий маркетинг, пересувна торгівля, франчайзинг, надомний бізнес, вихід зі складу великої компанії). Етапи започаткування власної справи. Засновницькі документи та їх підготовка. Статут підприємства та засновницький договір. Формування статутного фонду. Процедура державної реєстрації юридичних осіб і приватних осіб – підприємців. Ліквідація та реорганізація підприємства. Ліцензування та патентування підприємницької діяльності.

4.3. Тренінги для майбутніх підприємців

Бізнес-тренінг (з англ. business training) – один із видів навчання, що має на меті формування ділових навичок та вмінь, необхідних для ефективної діяльності працівників. Це опанування навичками, що стосуються когнітивних структур учасників, їх особистісних характеристик, установок, поведінкових моделей,

цінностей і пріоритетів (наприклад навички продажу, презентації, управління персоналом тощо).

Завдання бізнес-тренінгів часто зводяться до вузькопрофесійної сфери. Так, Р. Баклі і Дж. Кейпл визначають тренінг як сплановані й систематичні зусилля щодо модифікації або розвитку знань (умінь) і настанов людини за допомогою навчання для того, щоб домогтися ефективного виконання одного або декількох видів діяльності. У робочій ситуації тренінг спрямований на придбання знань і навичок, необхідних для адекватного виконання конкретного завдання або роботи. Після завершення тренінгу учасники або зберігають ці зміни, або втрачають їх, повертаючись до звичних стереотипів. Проте сучасний бізнес усе частіше звертається до більш широких методів, що ставлять за мету розвиток професійно важливих якостей особистості працівника. У бізнес-тренінгах використовують різноманітні методи і техніки. Дуже популярними серед них є маніпулятивні прийоми і технології, що мають неоднозначну оцінку серед громадськості. Поширеними видами бізнес-тренінгу є: тренінг продажів, тренінг телефонних продажів, тренінг керування, тренінг командоутворення, тренінг комунікації, тренінг презентації, бізнес-симуляція, тренінг ухвалення ефективних рішень тощо.

Тренінги професійних навичок є фактично перехідною формою між активними методами підготовки і професійним навчанням персоналу, підвищенням кваліфікації тощо. Такі тренінги здійснюються фахівцями з даного виду діяльності і дуже рідко – психологами. Проте процес удосконалення професійних навичок стає набагато ефективнішим при використанні саме психологічних технологій. Тренінги професійних навичок дуже різноманітні, адже видів діяльності в різних сферах бізнесу дуже багато.

Тренінги ефективних продажів – один із найпопулярніших бізнес-тренінгів, попит на який неухильно зростає. Оскільки товарно-грошові відносини є основою бізнесу, то вміння їх здійснювати (продавати) є основною бізнес-діяльністю. У широкому розумінні це не лише професійна діяльність продавця. На різних рівнях бізнес-структури комерційна діяльність має свої особливості. Це і вміння оформити вигідну угоду, це і рекламна політика, і знання психології споживача. Під час тренінгу використовують

різноманітні методи – від простого тренажу конкретних дій і навичок продавця до ігрового моделювання та відпрацювання складних професійних ситуацій, розвитку творчого нестандартного мислення. Одним з різновидів є тренінг телефонних продажів, що зводиться до вміння вести телефонні переговори з потенційним споживачем товарів чи послуг.

Тренінги управління часом (з англ. – time management) передбачають опанування навичками керування часом, вміннями організувати свій час таким чином, щоб його вистачало на всі важливі справи, щоб залишалися резерви для особистого розвитку, і людина не перебувала в постійних стресах через дефіцит часу та невирішені справи. Ідея системи керування часом приписується Бенджаміну Франкліну. Згідно з нею, принципи класичної системи керування часом полягають у поділі великих завдань, що стоять перед людиною, на підзавдання, а ті у свою чергу – на ще більш дрібні підзавдання.

Перший етап – визначення людиною своїх життєвих цінностей (того, чого вона хоче від життя). На другому етапі – вирішити, чого конкретно вона хоче домогтися. Далі – складається генеральний план того, що необхідно зробити для досягнення поставленої мети. На четвертому етапі стосовно окремих пунктів генерального плану складається довгостроковий (на кілька найближчих років) проміжний план, в якому обов'язково вказують конкретні цілі і строки їх реалізації. П'ятий – моделювання короткострокового (від декількох тижнів до кількох місяців) плану. Шостий – це план на найближчий день, в якому малі завдання з короткострокового плану вирішуються цілком за один день, а більші поділяються на підзавдання. Усі плани рекомендують регулярно переглядати. Існують і інші стратегії тренінгу тайм-менеджменту. У результаті таких тренінгів особистість одержує більшу свободу, навчається управляти не лише своїм часом, але і своїм життям, знаходить резерви для інших важливих сфер самореалізації.

Тренінги командоутворення (з англ. – teambuilding) стають дедалі популярними, особливо при переході роботи організацій у сфері бізнесу на командну систему. Вони проводяться як з самими підрозділами-командами, так і з менеджерами з персоналу, які мають здійснювати реорганізації. На тренінгу інформують про типи структур команд, зовнішні і внутрішні межі команди, типи

комунікації в команді тощо. Цю інформацію важливо не лише оголосити, але й відпрацювати на практиці, моделюючи ситуації, де проявляються різні особливості командоутворення. У тренінгу часто використовують гру «Безлюдний острів», в якій відпрацьовують процеси спонтанного утворення команди, формування лідерів, етапи розвитку команди тощо. Важливу роль у тренінгу відіграє відпрацювання різних рівнів спілкування у команді (зовнішньоформального та внутрішньопсихологічного). Для повноцінного функціонування потрібен розвиток обох рівнів і чітке розмежування функцій між ними. Ефективними методами роботи на даному тренінгу виступають методи дії від ігрового виконання ситуацій до повноформатної соціодрами.

Тренінги прийняття ефективних рішень. Однією з найважливіших функцій керівника є прийняття рішень щодо найрізноманітніших проблем бізнесу та організаційного життя. Кажуть, що хороший менеджер – це той, хто приймає ефективні рішення. Подібний тренінг не ставить завдання навчити приймати «правильні рішення» тому, що немає поняття правильного рішення взагалі, все повинно визначатися ситуацією і конкретними умовами. Прийняття рішення – це творчий процес, ось чому розвиток творчості – важливе завдання тренінгу, адже не завжди вдається знайти саме нове, неординарне рішення, яке може відкрити зовсім нові горизонти. Але коли воно знайдене, здається майже очевидним, що це найкращий спосіб розв'язати наявну проблему.

У процесі прийняття рішення нерідко постає психологічна проблема вибору. Часто людина не може зробити вибір через невпевненість у собі або через якісь психологічні проблеми. Робота над такими темами також є досить корисною на тренінгу прийняття рішень.

Тренінги ефективних переговорів використовують з метою навчання вести ділові переговори у сфері бізнесу, керівництва організаціями та в інших сферах, що потребують прийняття важливих комунікативних рішень. Одними з важливих якостей на переговорах є вміння переконувати, визначати інтереси опонента і спиратись на них. Інколи під час цих та інших тренінгів використовують техніки, подібні до східних єдиноборств, а переговори розглядають як щось подібне до змагання з карате. Хоч такий підхід

стає популярним, ставлення до нього неоднозначне: жорсткі методи не завжди найефективніші, хоча в окремих випадках у сучасному бізнесі вони виправдані.

Тренінги поводження з грошима є специфічним видом, що має на меті корекцію настанов, стереотипів, психологічних бар'єрів стосовно грошей, фінансового становища людини, можливостей підвищення соціально-економічного статусу. Цей тренінг, як правило, проводять з тими, хто планує розпочати власний бізнес, але кому бракує психологічної готовності до цієї діяльності, а також з тими, хто хоче поліпшити свій матеріальний рівень, але через психологічні причини йому це не вдається.

Отже, бізнес-тренінги охоплюють різні сфери професійного розвитку: удосконалення комунікативних навичок, лідерства, переговорів, розкриття особистісного потенціалу, team building. У зарубіжній практиці щодо навчання персоналу діє аксіома: організація не оплачує особистісне зростання або психотерапію співробітників. (Проте деякі бізнес-організації все ж таки використовують тренінги особистісного розвитку з метою підвищення ефективності професійної діяльності свого персоналу). Навчання, що проводиться у формі бізнес-тренінгів, скеровано саме на вдосконалення ділових знань, умінь, навичок, якостей співробітників.

Традиційно бізнес-тренінги проводять або запрошені тренери, або організують спеціалісти – співробітники компанії. Обидва варіанти мають свої переваги. Так, власний, штатний бізнес-тренер повною мірою володіє всією необхідною інформацією про організаційні особливості компанії, здійснюючи постійний моніторинг і контроль внутрішньокорпоративних процесів. Інколи розв'язання деяких завдань більш ефективним є залучення експертів найвищої кваліфікації з вузької професійної спеціалізації. Speaking Club – це розмовне заняття з носієм, на якому практикуються саме мовні навички, обмінюються думками. Під час таких занять немає правильних та неправильних думок, усе спрямоване на спілкування.

Отже, одним із видів навчання, спрямованих на формування ділових навичок та вмінь, необхідних для ефективної діяльності працівників, є бізнес-тренінги (тренінги продажів (телефонних продажів), керування, командоутворення, комунікації, презентації, бізнес-симуляції, ухвалення ефективних рішень тощо).

Контрольно-залікове заняття

Моніторинг якості навчання можна здійснювати із використанням інформаційних технологій, серед яких пропонується система MOODLE. Вона започаткована у 1999 році і сьогодні є одним із найпотужніших і найпоширеніших середовищ для створення курсів дистанційного навчання та web-сайтів, систем тестування, адміністрування навчальним процесом тощо. Ця система використовується більш ніж у 100 країнах світу університетами, школами, компаніями і незалежними викладачами. Система управління навчанням Moodle надає широкі можливості для створення тестів різного типу: визначення кількості спроб проходження тесту; встановлення тимчасових затримок між спробами; вибір методу оцінювання у випадку кількох спроб (вища/середня оцінка, перша/остання спроба); перемішування як самих питань у тесті, так і варіантів відповідей; побудова тесту на основі випадкового вибору питань із категорій; навчальний режим (можливість відповісти на запитання кілька разів у межах однієї спроби, нарахування штрафних балів за кожну неправильну відповідь); налаштування режиму перегляду результатів (що і коли саме буде показано студенту); надання коментарів до кожного запитання, варіанта відповіді чи всього тесту. В. Сергієнко, Л. Кухар виокремлюють чотири форми тестових завдань: завдання з вибором однієї або кількох правильних відповідей; завдання відкритої форми (завдання з пропусками; завдання на доповнення; завдання з короткою відповіддю; завдання з розгорнутою відповіддю); завдання на встановлення відповідності; завдання на встановлення правильної послідовності.

Наведемо для прикладу варіанти тестових завдань різних видів із навчальної дисципліни «Основи підприємництва», які використовуються у системі Moodle.

Завдання з вибором однієї або кількох правильних відповідей:

1. Модель купівельної поведінки споживача виглядає: а) потреба – маркетингові стимули – чорна скринька; б) бажання – потреба – ціна – реакція – купівля; в) потреба – інтерес – маркетингові стимули – чорна скринька; г) потреба – характеристика товарів – ціна – купівля.

Завдання відкритої форми: запропонуйте ідею для нового підприємства на прикладі фітнес-клубу за умови переходу на більш високий клас: _____

Завдання на встановлення відповідності: Установіть відповідність між функціями підприємства та їх завданнями: Ресурсна функція. Продуктивне використання капіталу. Організаційна функція. Насичення ринку якісними товарами та послугами. Творча функція. Зменшення безробіття. Соціальна функція. Інновації.

Завдання на встановлення правильної послідовності:

Установіть послідовність прийняття рішень у стратегічному управлінні: а) вибір найкращого варіанта; б) визначення головного критерію та обмежень; в) вияв існуючих альтернатив; г) постановка управлінської проблеми.

Серед переваг тестування над іншими формами контролю знань виділяємо, такі: перевірка знань та умінь одночасно у всієї групи магістрантів; об'єктивність оцінювання; можливість швидкого створення нових варіантів тестових завдань; здійснення самоконтролю магістрантом; наявність зв'язків між магістрантом і викладачем та можливе оперативне усунення чи коригування прогалин у знаннях та здатності щодо їхньої реалізації в процесі навчання. Для оцінювання розвиненості підприємницької компетентності рекомендовано користуватися рамкою підприємницької компетентності, також відомою як EntreComp.

Орієнтовні теми рефератів

1. Цілі й умови розвитку підприємницької компетентності.
2. Бізнес-освіта в країнах ЄС і США.
3. Особливості ринку спортивних послуг та сучасні уявлення про підприємця і бізнесмена в галузі ФКіС в Україні.
4. Інтеграція фізкультурно-спортивної і підприємницької діяльності.
5. Підприємницька культура в контексті професійного розвитку фахівців із ФКіС.
6. Підприємницька і професійна компетентність магістра з ФКіС – спільне і відмінне в суті понять.
7. Індивідуально-особистісна та соціальна значущість розвитку підприємницьких якостей фахівця.
8. Психологія розвитку підприємницької компетентності фахівців із ФКіС.
9. Моделювання ситуацій підприємницької діяльності.
10. Планування підприємницької діяльності (бізнес-план).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Л., Гуменна О., Поручник А., Тарута С., Харламова Г., Чала Н. Біла книга економічної політики України до 2030 року: національний і регіональний виміри. Київ: СПД Павленко, 2018. 152 с.
2. Бизнес-образование в США. URL: <https://www.hotcourses.ru/study-in-usa/subject-guides/business-education-in-the-usa/>
3. Биков В. Ю. Моделі організаційних систем відкритої освіти : монографія. Київ: Атіка, 2009. 684 с.
4. Білова Ю. А. Поняття та структура підприємницької компетентності майбутніх фахівців економічного профілю. Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти: Збірник наукових праць. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. 2013. Вип. 7 (50). С. 15-17.
5. Бондарева Л. Сучасні аспекти підприємницької підготовки дорослих в умовах економічного університету. Вісник університету «Україна». 2011. № 1. С. 197-201.
6. Варналій З. С. Організація підприємництва : навч. посіб. Київ: Знання-Прес, 2003. 285 с.
7. Вебер М. История хозяйства. Город. М. : Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2001. 576 с.
8. Воротіна Л. І., Воротін В. Є., Мартинюк Л. А., Черняк Т. В. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання : навч. посіб. Київ: Європ. ун-т, 2004. 308 с.
9. Гельбак А.М. Формування підприємливості учня як ключової компетентності для життя : методичні рекомендації]. Кропивницький: КЗ «КОІППО імені Василя Сухомлинського», 2017. 24 с.
10. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво :навчальний посібник. Київ: Центр учб. літератури, 2013. 368 с.
11. Господарський кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144
12. Долбнєва Д. В. Інтерактивні методи навчання: сутність необхідність та використання при підготовці фахівців з обліку та аудиту у ВНЗ України. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.1. С. 389-398.
13. Дубров А. М., Лагоша Б. А., Хрусталёв Е. Ю. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе. Москва: Финансы и статистика, 2000. 176 с.
14. Жолдак В.И., Зуев В. Н. Основы менеджмента спорта. Тюмень: Вектор Бук, 2003. С. 41.
15. Іванюта С. М., Іванюта В. Ф. Підприємництво і бізнес-культура : навчальний посібник. Київ: Центр учб. літ-ри, 2007. 288 с.
16. Кийосаки Р., Флеминг Дж., Кийосаки К. Бизнес XXI века. Минск: Попурри, 2014. 192 с.

17. Климко О., Ковалко А. Власна справа : навч.-метод. посіб. Київ: Юніверс, 2001. 108 с.
18. Климов Е. А. Психология профессионала. Москва: Воронеж, 1996. 316 с.
19. Конспекти занять з розвитку підприємництва : посібник для вчителів загальноосвітніх та професійно-технічних навчальних закладів / Упор. Мирослава Товкало, Войцех Одзімек, Оксана Медведєва, Яцек Квятковський, Алдона Окрашевська. Волинський ресурсний центр. Рівне-Луцьк: Видано за підтримки Європейського Союзу. 224 с.
20. Краткий словарь иностранных слов: около 8000 единиц / авт.-сост. Е.А.Гришина. Москва: Астрель; АСТ, 2002. 640 с.
21. Лапуста М. Г. Предпринимательство : учебник. Москва: ИНФРА-м, 2007.
22. Левочко М. Т., Казюка О.О. Інноваційне підприємництво – процес пошуку нових ідей в системі економіки. Інноваційне підприємництво та молодь : Зб. наук. праць. Київ: МАУП. 2001. С. 118-120
23. Лукашук В. І. Особливості підприємницької діяльності в сфері спорту. Український соціум. 2012. № 3(42). С. 43-52.
24. Лукашук, В. Значення спортивної галузі у зростанні добробуту країни. Персонал. 2009. № 1. С. 42-46.
25. Мадзігон В. Підприємець як визначальна особистість у бізнесі в ринковій економіці. Педагогіка і психологія професійної освіти. 2010. № 3. С. 153-162.
26. Матукова Г. І. Педагогічні умови розвитку в студентів економічних спеціальностей компетентності до підприємницької діяльності. Професійна освіта: проблеми і перспективи : зб. наук. Праць. Київ: ІПТО НАПН України, 2015. № 8. С. 35–42.
27. Морозова В. С. Понятие и структура предпринимательской компетентности менеджера. Ярославский педагогический вестник. 2012. № 2. Т. II (Психолого-педагогические науки). С. 199-204.
28. Невлева И. М. Деловая культура. Универсальность и специфика. Ростов н / Д, 2002.
29. Ожегов С.И. Словарь русского языка. Москва: Рус.яз., 1983. 816 с.
30. Основи менеджменту : навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2012. 211 с.
31. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу / За ред. М. М. Ільчука. Київ: Вища освіта, 2002. 398 с.
32. Основи соціальної психології : навч. посібник / Укл. : О. А. Донченко, М. М. Слюсаревський, В. О. Татенко, Т. М. Титаренко, Н. В. Хазратова та ін.] ; за ред. М. М Слюсаревського. Київ: Міленіум, 2008. 495 с.
33. Плохій В.С., Коваль В.М., Кононенко К.С. Методичний посібник з розробки і оцінки бізнес-плану малого підприємства. Київ: Вид-во УМЦМН, 2005. 74 с.

34. Побірченко Н. А. Формування особистої готовності учнів загальноосвітньої школи до підприємницької діяльності : монографія. Київ: Знання, 1999. 286 с.

35. Програма «Корпорація ПАРУС – для навчальних закладів України», затверджена Науково-методичним центром вищої освіти Міністерства освіти і науки України для розповсюдження у вищих навчальних закладах для підготовки фахівців з вищою освітою в Україні лист № 14/18.2-888 від 22.05.03.

36. Проценко О. Підприємницькі уміння як складник життєвої компетентності учнів професійно-технічних навчальних закладів. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2013. Вип. 30 (83). С. 298-301.

37. Психологія підприємницької діяльності. Конспект лекцій : навчально-методичний посібник для студентів галузі знань (0305) «Економіка і підприємництво», напрямів підготовки всіх форм навчання. Львів: Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ). 124 с.

38. Романовська О. О., Романовська Ю. Ю., Романовський О. О. Досвід вищої освіти Сполучених Штатів Америки ХХ–ХХІ століття. Книга І. Гуманітарна та підприємницька підготовка американців. Вінниця: Нова Книга, 2009. 264 с.

39. Романовський О. О. Проблеми організації ефективної бізнес-освіти. Наука і практика управління. 2002. Т. 5(2). С. 54-64.

40. Романовський О. та ін. Досвід вищої освіти Сполучених Штатів Америки ХХ-ХХІ століття.

41. Рюттінгер Г. Культура предпринимательства. Москва: ЭКОМ, 1992.

42. Семеніхіна О. В., Шамоня В. Г. Віртуальні лабораторії як інструмент навчальної та наукової діяльності. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. Суми: Вид-во СумДПУ імені А.С.Макаренка. 2011. № 1. С. 341-346.

43. Сергієнко В. П., Кухар Л. О. Методичні рекомендації зі складання тестових завдань. Київ: НПУ, 2011. 41 с.

44. Спекуляція (Speculation). URL: http://forexaw.com/TERMs/Economic_terms_and_concepts/Business/11573

45. Сулаєва Е. П. К вопросу о предпринимательской компетентности студентов техникума. Школа будущего. Москва: МПГУ, 2011. № 6. С. 55-61.

46. Теория физической культуры и спорта : учебное пособие. / Сост. Гелецкий В.М. Красноярск: ИПК СФУ, 2008. 342 с.

47. Ткаченко М.В. Формування підприємницької компетентності фахівців ресторанного господарства : методичні рекомендації. Одеса: ТОВ «Зовнішрекламсервіс», 2015. 59 с.

48. УКРАЇНА 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. Львів: Кальварія, 2017. 164 с.

49. Франчук В. М. MOODLE (Тести) : посібник для студентів інформативних спеціальностей педагогічних університетів. Київ: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. 55с.

50. Ягупов В. В., Свистун В. І. Компетентнісний підхід до підготовки фахівців у системі вищої освіти. Наукові записки. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. Київ, 2007. Т. 71. С. 5-6.

51. Яковенко Т. В. Ділова активність: проблеми формування мотиваційного комплексу. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». 2015. Вип. 35. С. 27-30.

52. Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth. Volume 6. Cognitive Approaches to Entrepreneurship Research / [editors : Jerome A. Katz, Dean Shepherd]. 2003. 372 p.

53. Alan, L. Carsrud. Understanding the Entrepreneurial Mind : Opening the Black Box (International Studies in Entrepreneurship). Springer, 2009. 340 p.

54. Bacigalupo M., Kampylis P., Punie, Y., Van den Brande G. EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Люксембург: Publication Office of the European Union; 2016. EUR 27939 EN; doi:10.2791/593884

55. 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.

56. Druker, Peter F. Innovation and entrepreneurship: Practice and principles (Perennial Library ed.) Ney York: Harper & Row. (Original work published 1985). 288 p.

57. Spector, J. Michael-de la Teja, Ileana. ERIC Clearinghouse on Information and Technology Syracuse NY. Competencies for Online Teaching. ERIC Digest. Competence, Competencies and Certification. – p.1–3.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Поняття «підприємництво» у визначеннях зарубіжних дослідників

Автор	Визначення
Ричард Кантільон	Підприємець – це людина що діє в умовах ризику
Френсіс Уокер	Слід розрізняти тих, хто надає капітал і отримує за це відсотки, і тих, хто отримує прибуток завдяки своїм організаторським здібностям
Йозеф Шумпетер	Підприємець – це новатор, який розробляє нові технології
Девід Маклелланд	Підприємець – це енергійна людина, що діє в умовах помірною ризику
Альберто Шапіро	Підприємець – це людина, що виявляє ініціативу, організуючий соціально-економічні механізми. Діючи в умовах ризику, він несе повну відповідальність за можливу невдачу
Роберто Хизрич	Підприємництво – процес створення чогось нового, що володіє вартістю, а підприємець – це людина, яка витрачає на це весь необхідний час і сили, бере на себе весь фінансовий, психологічний і соціальний ризик, отримуючи в нагороду гроші і задоволення досягнутим
Фрідріх фон Хайек	Сутність підприємництва – це пошук і вивчення нових економічних можливостей, характеристика поведінки, а не вид діяльності
Пітер Друкер	Підприємництво не є, за своєю внутрішньою суттю, ні «природним», ні «творчим» процесом. Підприємництво – це просто робота, а підприємець – це людина, що у цій роботі використовує будь-яку можливість отримати максимальний прибуток
Гіффорд Піншот	Інтрапренер і антрепренер: інтрапренер – це антрепренер, що діє в умовах вже існуючого підприємства, на відміну від власне антрепренера – підприємця, що створює нове підприємство
Мухаммаде Юнус	Усі люди підприємці, але у багатьох просто немає можливості проявити себе

МЕТОДИКА КОС

В. Синявського і Б. Федоришина

(Оцінка комунікативних і організаторських схильностей
у процесі первинної профконсультації)

Методика КОС призначена для вивчення комунікативних і організаторських схильностей. Основоположним методом дослідження є тестування. Інтерпретація результатів проводиться відповідно до ключа оцінки і обробки даних дослідження.

ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Мета: вивчення комунікативних і організаторських схильностей. Комунікативні і організаторські здібності є стрижневими в професіях, які за своїм змістом пов'язані з активною взаємодією між людьми. Вони є важливими чинниками для досягнення успіху в багатьох професіях типу «людина – людина» (наприклад праця вчителя, тренера, лікаря, працівника клубу тощо). Комунікативні й організаторські здібності є провідними в освіті міжособистісних відносин, у згуртуванні членів колективу, в організації навчальних, спортивних, ігрових та інших груп, у залученні до себе людей, в умінні організувати і спрямувати їх діяльність.

Опис методики: враховуючи, що здібності тісно пов'язані з потребами особистості, її інтересами і виборчим емоційно-вольовим ставленням до діяльності, була розроблена психодіагностична методика опосередкованого виявлення комунікативних і організаторських здібностей – через виявлення і оцінювання відповідних схильностей (методика «КОС-І»). Діагностиці піддаються потенційні можливості особистості в розвитку її комунікативних і організаторських здібностей.

Методика «КОС-І» базується на принципі відображення і оцінювання випробуваним деяких особливостей своєї поведінки в різних ситуаціях. Обрано ситуації, знайомі випробуваному за його особистого досвіду. Тому оцінювання ситуації й поведінки в певних умовах ґрунтується на відтворенні випробуваним своєї реальної поведінки і реального, пережитого в його досвіді. Даний проєктивний опитувальник дозволяє виявити стійкі показники комунікативних і організаторських схильностей.

При побудові опитувальника були враховані різні форми ставлення опитуваних до запитань. Справа в тому, що одні випробовувані можуть бути більш схильні до позитивних відповідей, інші – до негативних. Тому запитання у бланку побудовані так, щоб позитивна відповідь на одне запитання мала таке ж смислове значення, що й негативна відповідь на інше запитання.

До програми вивчення комунікативних схильностей введені запитання такого змісту; а) проявляє особистість прагнення до спілкування, чи багато у неї друзів; б) чи любить перебувати в колі друзів або вважає за краще

самотність; в) чи швидко звикає до нових людей, до нового колективу; г) наскільки швидко реагує на прохання друзів, знайомих; д) чи любить громадську роботу, чи виступає на зборах; е) чи легко встановлює контакти з незнайомими людьми; ж) чи легко йому даються виступи в аудиторії слухачів. Відповідно до цього було розроблено 20 спеціальних запитань.

Програма вивчення організаторських схильностей включає запитання з іншим змістом: а) швидкість орієнтації у складних ситуаціях; б) винахідливість, ініціативність, наполегливість, вимогливість; в) схильність до організаторської діяльності; г) самостійність, самокритичність; д) витримка; е) ставлення до громадської роботи. На цій основі були розроблені 20 запитань, кожне з яких характеризує організаторські схильності людини.

ОПИТУВАЛЬНИК КОС

1. Чи багато у вас друзів, з якими ви постійно спілкуєтеся?
2. Чи часто вам вдається схилити більшість своїх товаришів до прийняття ними вашої думки?
3. Чи довго вас турбує почуття образи, заподіяне вам кимось із ваших товаришів?
4. Чи завжди вам важко орієнтуватися в критичній ситуації?
5. Чи є у вас прагнення до встановлення нових знайомств із різними людьми?
6. Чи подобається вам займатися громадською роботою?
7. Чи правильно, що вам приємніше і простіше проводити час з книгами або з будь-якими іншими заняттями, ніж із людьми?
8. Якщо виникли будь-які перешкоди у здійсненні ваших намірів, то чи легко ви відступаєте від них?
9. Чи легко ви встановлюєте контакти з людьми, які значно старші за вас за віком?
10. Чи любите ви придумувати і організовувати зі своїми товаришами різні ігри та розваги?
11. Чи важко ви включаєтеся в нову для вас компанію?
12. Чи часто ви відкладаєте на інші дні ті справи, які потрібно було б виконати сьогодні?
13. Чи легко вам вдається встановлювати контакти з незнайомими людьми?
14. Чи прагнете ви домагатися, щоб ваші товариші діяли відповідно до вашої думки?
15. Чи важко ви освоюєтеся в новому колективі?
16. Чи правда, що у вас не буває конфліктів з товаришами через невиконання ними своїх обов'язків, зобов'язань?
17. Чи прагнете ви при нагоді познайомитися і поговорити з новою людиною?
18. Чи часто у розв'язанні важливих справ ви приймаєте ініціативу на себе?

19. Чи дратують вас оточуючі люди і хочеться вам побути на самоті?
20. Чи правда, що ви зазвичай погано орієнтуєтесь в незнайомій для вас обстановці?
21. Чи подобається вам постійно знаходитися серед людей?
22. Чи виникає у вас роздратування, якщо вам не вдається завершити розпочату справу?
23. Чи відчуваєте ви почуття утруднення, незручності, якщо доводиться проявити ініціативу, щоб познайомитися з новою людиною?
24. Чи правда, що ви втомлюєтесь від частого спілкування з товаришами?
25. Чи любите ви брати участь у колективних іграх?
26. Чи часто ви проявляєте ініціативу при розв'язанні питань, які стосуються інтересів ваших товаришів?
27. Чи правда, що ви відчуваєте себе невпевнено серед малознайомих вам людей?
28. Чи правда, що ви не дуже часто прагнете довести свою правоту?
29. Чи вважаєте ви, що вам не дуже важко внести пожвавлення в малознайому вам компанію?
30. Чи берете ви участь у громадській роботі в школі?
31. Чи прагнете ви обмежити коло своїх знайомих невеликою кількістю людей?
32. Чи правильно, що ви не прагнете відстоювати свою думку або рішення, якщо воно не було відразу прийняте вашими товаришами?
33. Чи відчуваєте ви себе невимушено, потрапивши в незнайому компанію?
34. Чи охоче ви приступаєте до організації різних заходів для своїх товаришів?
35. Чи правда, що ви не відчуваєте себе досить упевненим і спокійним, коли доводиться говорити що-небудь великій групі людей?
36. Чи часто ви спізнюєтесь на ділові зустрічі, побачення?
37. Чи правда, що у вас багато друзів?
38. Чи часто ви опиняєтесь в центрі уваги своїх товаришів?
39. Чи часто ви відчуваєте незручність і тривогу при спілкуванні з незнайомими людьми?
40. Чи правда, що ви не дуже впевнено почуваете себе в оточенні великої групи своїх товаришів?

Обробка результатів

1. Зіставити відповіді випробуваного з дешифратором і підрахувати кількість збігів окремо за комунікативними і організаторським схильностям.

Дешифратор

Комунікативні схильності:

позитивні відповіді – запитання 1-го стовпчика;

негативні відповіді – запитання 3-го стовпця.

Організаторські схильності:

позитивні – запитання 2-го стовпця;

негативні – запитання 4-го стовпця.

2. Обчислити оціночні коефіцієнти комунікативних (Кк) і організа-торських (Ко) схильностей як відношення кількості відповідей, що збігаються за комунікативними схильностями (Кх), організа-торськими схильностями (Ох) до максимально можливої кількості збігів (20), за формулами:

$$Kk = Kx \text{ ділимо на } 20 \quad Ko = Ox \text{ ділимо на } 20$$

Для якісного оцінювання результатів необхідно зіставити отримані коефіцієнти зі шкальними оцінками.

Шкала оцінок комунікативних та організа-торських схильностей

Кк	Ко	Шкальна оцінка
0,10-0,45	0,20-0,55	1
0,46-0,55	0,56-0,65	2
0,56-0,65	0,66-0,70	3
0,66-0,75	0,71-0,80	4

Аналізуючи отримані результати, треба враховувати наступні параметри:

Реципієнти, що отримали оцінку 1, характеризуються низьким рівнем прояву комунікативних і організа-торських схильностей.

Реципієнтам, що отримали оцінку 2, комунікативні та організа-торські схильності притаманні на рівні нижче середнього. Вони не прагнуть до спілкування, почувають себе скуто в новій компанії, колективі, воліють проводити час наодинці, обмежують свої знайомства, відчувають труднощі у встановленні контактів з людьми і, виступаючи перед аудиторією, погано орієнтуються в незнайомій ситуації, не відстоюють свою думку, важко переживають образи, прояв ініціативи в суспільній діяльності вкрай занижений, у багатьох справах вони вважають за краще уникати прийняття самостійних рішень.

Для випробовуваних, які отримали оцінку 3, характерний середній рівень прояву комунікативних та організа-торських схильностей. Вони прагнуть до контактів із людьми, не обмежують коло своїх знайомств, відстоюють свою думку, планують свою роботу, однак потенціал їх схильностей не відрізняється високою стійкістю. Ця група досліджуваних потребує подальшої серйозної та планомірної виховної роботи щодо формування та розвитку комунікативних та організа-торських схильностей.

Реципієнти, що отримали оцінку 4, відносяться до групи з високим рівнем прояву комунікативних і організа-торських схильностей. Вони не губляться в новій обстановці, швидко знаходять друзів, постійно прагнуть розширити коло своїх знайомих, займаються громадською діяльністю,

допомагають близьким, друзям, виявляють ініціативу в спілкуванні, із задоволенням беруть участь в організації громадських заходів, здатні прийняти самостійне рішення у важкій ситуації. Все це вони роблять не з примусу, а згідно з внутрішніми прагненнями.

Реципієнти, що отримали вищу оцінку – 5, володіють дуже високим рівнем прояву комунікативності і організаторських схильностей. Вони відчують потребу в комунікативній і організаторській діяльності й активно прагнуть до неї, швидко орієнтуються у важких ситуаціях, невимушено поводити себе у новому колективі, ініціативні, воліють у важливій справі або у складній ситуації приймати самостійні рішення, відстоюють свою думку і домагаються, щоб вона була прийнята товаришами, можуть внести пропозиції в незнайому компанію, люблять організувати різні ігри, заходи, наполегливі в діяльності, яка їх приваблює. Вони самі шукають такі справи, які б задовольняли їх потребу в комунікації і організаторській діяльності.

МЕТОДИКА РОКИЧА «ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ»

(Тест Мілтона Рокича. / Дослідження ціннісних орієнтацій М. Рокича. /
Опитувальник цінності за Рокичем)

Інструкція: Вам буде запропонований набір з 18 карток з позначенням цінностей. Ваше завдання – розкласти їх по порядку значущості для Вас як принципів, якими Ви керуєтесь у Вашому житті. Уважно вивчіть таблицю і, вибравши ту цінність, яка для Вас найбільш значуща, помістіть її на перше місце. Потім виберіть другу за значущістю цінність і помістіть її слідом за першою. Потім виконайте те ж з усіма, що залишилися, цінностями. Найменш важлива залишиться останньою і займе 18 місце. Робіть це не поспішаючи, вдумливо. Кінцевий результат повинен відображати Вашу справжню позицію.

Тестовий матеріал для дослідження цінностей.

Список А (термінальні цінності):

- 1) активне діяльне життя (повнота та емоційна насиченість життя);
- 2) життєва мудрість (зрілість суджень і здоровий глузд, що досягаються життєвим досвідом);
- 3) здоров'я (фізичне і психічне);
- 4) цікава робота;
- 5) краса природи і мистецтва (сприйняття прекрасного в природі і в мистецтві);
- 6) любов (духовна і фізична близькість із коханою людиною);
- 7) матеріально забезпечене життя (відсутність матеріальних труднощів);
- 8) наявність хороших і вірних друзів;
- 9) суспільне визнання (повага оточуючих, колективу, товаришів по роботі);
- 10) пізнання (можливість розширити свою освіту, кругозір, загальну культуру, інтелектуальний розвиток);
- 11) продуктивне життя (максимально повне використання своїх можливостей, сил і здібностей);
- 12) розвиток (робота над собою, постійне фізичне й духовне вдосконалення);
- 13) розваги (приємне, необтяжливе проведення часу, відсутність обов'язків);
- 14) свобода (самостійність, незалежність у судженнях і вчинках);
- 15) щасливе сімейне життя;
- 16) щастя інших (добробут, розвиток і вдосконалення інших людей, усього народу, людства в цілому);
- 17) творчість (можливість творчої діяльності);
- 18) впевненість у собі (внутрішня гармонія, свобода від внутрішніх суперечностей, сумнівів).

Список Б (інструментальні цінності):

- 1) акуратність (охайність), вміння тримати в порядку речі, порядок у справах;
- 2) вихованість (гарні манери);
- 3) високі запити (високі вимоги до життя і високі домагання);
- 4) життєрадісність (почуття гумору);
- 5) старанність (дисциплінованість);
- 6) незалежність (здатність діяти самостійно, рішуче);
- 7) непримиренність до недоліків у собі та інших;
- 8) освіченість (широта знань, висока загальна культура);
- 9) відповідальність (почуття обов'язку, вміння тримати слово);
- 10) раціоналізм (вміння тверезо й логічно мислити, приймати обдумані, раціональні рішення);
- 11) самоконтроль (стриманість, самодисципліна);
- 12) сміливість у відстоюванні своєї думки, поглядів;
- 13) тверда воля (уміння наполягти на своєму, не відступати перед труднощами);
- 14) терпимість (до поглядів і думок інших, вміння вибачати іншим їхні помилки та омани);
- 15) широта поглядів (вміння зрозуміти чужий погляд, поважати інші смаки, звичаї, звички);
- 16) чесність (правдивість, щирість);
- 17) ефективність у справах (працьовитість, продуктивність у роботі);
- 18) чуйність (дбайливість).

Ключ, обробка результатів, інтерпретація. Аналізуючи ієрархію цінностей, слід звернути увагу на їх комплектацію у змістові блоки за різними ознаками. Так, наприклад, виділяються конкретні і абстрактні цінності, цінності професійної самореалізації та особистого життя і т. ін. Інструментальні цінності можуть групуватися в етичні цінності, цінності спілкування, цінності справи; індивідуалістичні і конформістські цінності, альтуїстичні цінності; цінності самоствердження і цінності прийняття інших і т. ін. Це далеко не всі можливості суб'єктивного структурування системи ціннісних орієнтацій. Необхідно виявити індивідуальну закономірність. Якщо це не вдається, можна припустити несформованість в особистості системи цінностей або навіть нещирість відповідей.

Дослідження краще проводити індивідуально, але можливе і групове тестування.

Перевагами методики є універсальність, зручність і економічність у проведенні обстеження та обробці результатів, гнучкість – можливість варіювати як використаний матеріал (списки цінностей), так і інструкції. Істотними її недоліками є вплив соціальної бажаності, можливість нещирості. Тому особливу роль у даному випадку відіграють мотивація діагностики, добровільний характер тестування. Методику не рекомендується застосо-

вувати з метою відбору та експертизи. Для подолання зазначених недоліків і більш глибокого проникнення в систему ціннісних орієнтацій можливі зміни інструкції, які дають додаткову діагностичну інформацію і дозволяють зробити більш обґрунтовані висновки. Так, після основної серії можна повторно проранжувати картки, відповідаючи на наступні запитання:

1. В якому порядку і якою мірою (у відсотках) реалізовані дані цінності у вашому житті?

2. Як би ви розташували ці цінності, якби стали таким, яким мріяли?

3. Як, на ваш погляд, це зробила би людина, досконала у всіх відношеннях?

4. Як зробила б це, на вашу думку, більшість людей?

5. Як це зробили б ви 5 або 10 років тому?

6. ... через 5 або 10 років?

7. Як ранжували б картки близькі вам люди?