

DOI: <https://doi.org/10.32782/2523-4803/74-1-12>

УДК 33-021.477(075)

Захарова О.В.

доктор економічних наук, професор, професор,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5793-6203>

Васильконова Е.О.

кандидат економічних наук, доцент, директор,
ПВНЗ «Деснянський економіко-правовий коледж
при Міжрегіональній Академії управління персоналом»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1299-1716>

Твардовський О.В.

здобувач освітньо-наукового ступеня доктора філософії з економіки,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5528-2793>

Zakharova Oksana

Cherkasy State Technological University

Vasytkonova Elina

Private Higher Educational Establishment
"Desnianskyi College of Economics and Law" of
"Interregional Academy of Personnel Management"

Tvardovskyi Oleksii

Cherkasy State Technological University

ПІДПРИЄМНИЦЬКІ КОМПЕТЕНЦІЇ ДИЗАЙНЕРІВ ЯК ЗАПОРУКА ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ БІЗНЕСУ В КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЯХ

У статті досліджено значення підприємницьких компетенцій дизайнерів у контексті формування ділової репутації бізнесу в креативних індустріях України. Обґрунтовано, що підприємницькі навички є важливою складовою професійної підготовки дизайнерів, оскільки вони забезпечують здатність ефективно управляти власними проєктами, будувати бренд та знаходити нові ринкові можливості. Проаналізовано стандарти вищої освіти за різними рівнями підготовки дизайнерів та визначено місце підприємницьких компетенцій у їх структурі. Показано, що розвиток цих компетенцій є стратегічною умовою конкурентоспроможності креативних індустрій та важливим чинником відбудови української економіки у післявоєнний період. Зроблено висновок, що інтеграція підприємницької освіти у підготовку дизайнерів сприятиме не лише професійному зростанню випускників, а й формуванню позитивного іміджу України на міжнародному ринку.

Ключові слова: ділова репутація бізнесу, дизайн, креативні індустрії, підприємницькі компетенції, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Протягом останніх років, як відповідь людини на прогресуючий розвиток цифрових технологій, у світі суттєво зросла роль креативних індустрій як нового драйвера економічного розвитку, залучення інвестицій і формування нових робочих місць. Дизайнери, які виступають ключовими представниками цієї сфери, поєднують творчу діяльність із підприємницькими завданнями, що вимагає від них не лише професійної майстерності і таланту у обраній креативній сфері, а й володіння навичками стратегічного мислення, комунікацій, маркетингу та фінансового управління, без яких досягти конкурентоспромож-

них позицій на ринку та забезпечити потужну ділову репутацію дизайнерській компанії майже неможливо. В умовах глобалізації, цифровізації та особливо воєнних викликів репутаційний капітал бізнесу стає надзвичайно цінним, адже кожен успішно реалізований проєкт виступає одночасно творчим й репутаційним вкладом у майбутнє конкретного бізнесу, регіону і країни в цілому. Ділова репутація у сфері дизайну перетворюється на нематеріальний актив, який підвищує конкурентоспроможність бізнесу та відкриває доступ до міжнародної співпраці. Світовий досвід доводить, що компанії з високим рівнем ділової репутації отри-

мують значні переваги на глобальному ринку, і українські дизайнери можуть використати цю тенденцію для просування власних креативних продуктів за межами країни. Саме тому розвиток підприємницьких компетенцій дизайнерів постає необхідною умовою не лише для успішного функціонування креативних бізнесів, але й для формування позитивного іміджу України як держави з потужним творчим потенціалом, який має стати драйвером швидкого й результативного повоєнного відновлення економіки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останніми роками проблематика досягнення якості у процесі підготовки фахівців з дизайну все більшою мірою цікавить українських науковців, що додатково свідчить про актуальність досліджень даної тематики. При цьому авторами розглядаються різні аспекти підготовки дизайнерів, кожен з яких додає дієвого внеску до загальної моделі компетентностей випускників закладів освіти. Так, Н. Бондаренко та О. Пасько визначають концептуальні основи підготовки майбутніх фахівців у ЗВО країни і наголошують на тому, що у процесі освітньої діяльності мають бути врахованими основні тенденції та вимоги сьогодення [1]. Л. Савченко та К. Саф'ян досліджують ті основні технологічні навички, які мають забезпечити професійну успішність фахівців з дизайну в їх майбутній діяльності [2]. Г. Сотська присвятила своє дослідження порівнянню підходів до підготовки бакалаврів з дизайну в університетах України і Данії з метою встановлення ступеня результативності імплементації проєктної культури в освітній процес [3]. О. Костюк акцентує увагу на необхідності розвитку естетичної свідомості майбутніх фахівців з дизайну під час їх навчання в університеті [4]. О. Пасько та М. Кравченко наголошують на доцільності запровадження в процес підготовки фахівців з дизайну дисципліни «Менеджмент», що дозволить суттєво розширити компетентнісний профіль майбутніх дизайнерів [5]. Разом з тим, автори наголошують на цілому ряду проблем, які виникають у гарантів освітніх програм при спробі реалізації даної ініціативи. І. Якушенко та О. Приходько наголошують на необхідності впровадження в освітній процес освітніх компонентів, які б дозволили розвинути у майбутніх фахівців з дизайну іншомовні компетентності з комунікації, які надалі будуть покладеними в основу міжкультурного і міжособистісного спілкування дизайнерів зі стейкхолдерами і тим самим забезпечать стратегічний розвиток їх справи [6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на достатню зацікавленість українського наукового середовища у пошуку шляхів до вирішення проблематики забезпечення в межах освітнього процесу ЗВО фахівців з дизайну такими компетентностями, які б стали міцним фундаментом їх професійної конкурентоспроможності як для ринку праці, так і для власної підприємницької діяльності, потребують додаткового дослідження спрямованість освітніх програм у сфері дизайну ЗВО

України саме на розвиток підприємницьких компетенцій у здобувачів освіти.

Мета статті. Статтю присвячено обґрунтуванню доцільності та спрямованості освітніх програм на розвиток підприємницьких компетенцій у студентів-дизайнерів українських університетів, що має дозволити ефективно формувати ділову репутацію бізнесу в креативних індустріях в країні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування підприємницьких умінь і навичок у студентські роки є важливою передумовою підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних успішно реагувати на сучасні економічні виклики та усвідомлено обирати свій професійний шлях, результатом якого має стати потужна ділова репутація бізнесу. Опанування основ підприємництва дозволить майбутнім фахівцям приймати самостійні рішення, свідомо брати на себе відповідальність та знаходити оптимальні способи подолання складних життєвих і професійних ситуацій. З огляду на те, що ринок праці перманентно й динамічно змінюється, саме підприємницькі компетентності, такі як лідерство, креативність, критичне мислення, мобільність, уміння адаптуватися та стратегічно мислити, вміння приймати рішення, тайм-менеджмент, навички керувати ризиками та планувати, стають основою швидкої інтеграції в нові умови господарювання, викликані цифровізацією та діджиталізацією [7-9]. Фахівці з розвиненим підприємницьким мисленням мають суттєві переваги при пошуку першого робочого місця та у майбутньому, коли виникає потреба змінювати чи успішно розвивати власну професійну траєкторію. Саме підприємницькі навички формують міцне підґрунтя для подальшого розвитку кар'єри і роблять випускників більш підготовленими до викликів бізнес-середовища і здатними приймати адекватні рішення стосовно того, яку стратегію виживання та розвитку обрати для власного бізнесу за наявних умов.

Звичайно, що більшість успішних підприємців в країні і світі мають освіту економічного або менеджського профілю чи наймають високопрофесійного фахівця для ведення справ, що дозволяє їм розуміти закономірності функціонування ринку, основи фінансового обліку та управління, а також приймати обґрунтовані стратегічні рішення для збереження і розвитку власної справи. Підприємницькі навички випускники економічних й управлінських спеціальностей під час навчання в університеті отримують плановірно при вивченні різних освітніх компонентів професійного спрямування, таких як «Менеджмент», «Маркетинг», «Фінанси підприємства», «Економіка та організація бізнесу», «Стратегічне управління», «Основи підприємництва», «Інноваційний менеджмент», «Бізнес-планування» тощо. Завдяки цьому майбутні фахівці набувають умінь аналізувати економічні процеси, оцінювати ризики та приймати ефективні управлінські рішення [10]. Такий комплекс знань і навичок формує підґрунтя для успішної професійної діяльності

та підвищує конкурентоспроможність випускників на сучасному ринку праці.

На відміну від освітніх програм економічного спрямування, освітні програми дизайнерського профілю під час освітнього процесу здебільшого зосереджуються на розвитку творчих здібностей, технічних умінь та художнього бачення. Проте в сучасних умовах ринку навіть креативні спеціалісти потребують підприємницьких навичок для просування власних проєктів і пошуку інвесторів, побудови успішної кар'єри та позиціонування власного бренду на ринку країни і світу. Саме тому важливим завданням стає інтеграція елементів підприємницької освіти у процес підготовки фахівців з дизайну.

Дійсно, підприємницькі навички необхідні дизайнеру, оскільки вони дозволяють ефективно просувати власні послуги та формувати особистий бренд. Завдяки цим умінням дизайнер може грамотно організувати робочі процеси, планувати фінанси та приймати стратегічні рішення. Розвинуте підприємницьке мислення покликане допомогти знаходити нові ринкові можливості та адаптуватися до швидких змін у сфері креативних індустрій. Крім того, воно сприяє кращій комунікації з клієнтами та побудові довгострокових партнерських відносин. У результаті дизайнер із підприємницькими компетенціями отримує більше шансів на професійний успіх і стабільний розвиток власної кар'єри.

Особливо актуальним це виявляється для України сьогодні, оскільки через війну країна переживає процес складних трансформацій у всіх сферах життєдіяльності і вимушена змінювати власну зовнішньоекономічну спеціалізацію з сировинного спрямування на більш технологічні, інноваційні та креативні напрями діяльності, що, по-перше, є проявом прогресу, інструментом активізації ринку праці і джерелом наповнення державного бюджету, а, по-друге, дозволить забезпечити підвищення конкурентоспроможності національної економіки на світовому ринку. Це сприятиме створенню якісно нових робочих місць та розвитку підприємництва, зокрема у сфері дизайну та креативних індустрій. У довгостроковій перспективі такий підхід стане основою для сталого економічного зростання та інтеграції України у глобальний інноваційний простір. Разом з тим, задля втілення в життя означених перспектив, є необхідність у запровадженні нових підходів до розвитку креативної економіки у напрямі розширення компетентнісного портфелю дизайнерів за рахунок підприємницьких навичок. Дизайнери з підприємницькими компетенціями здатні не лише створювати унікальні продукти та сервіси, які можуть стати конкурентною перевагою на міжнародному ринку, а й просувати свої продукти на ці ринки. У повоєнний період їхня активність сприятиме не лише особистому професійному зростанню, а й більш швидкій відбудові економіки та формуванню позитивного іміджу України у світі. А це, у свою чергу, стане запорукою сталого розвитку креативних індустрій, зростання інвести-

ційної привабливості держави та природній інтеграції України у глобальний економічний простір.

Для того, щоб перевірити рівень спрямованості дизайнерської вищої освіти в Україні на надання випускникам підприємницьких навичок, здатних забезпечити в майбутньому достатній рівень ділової репутації їх бізнесу, проаналізуємо перелік компетентностей та програмних результатів, закріплених у відповідних стандартах вищої освіти за першим (бакалаврським), другим (магістерським) та третім (освітньо-наукового) рівнями (табл. 1) [11-13].

Отже, можемо зробити висновок, що означений стандарт вищої освіти за бакалаврським рівнем вимагає від гарантів освітніх програм забезпечити найбільшу кількість підприємницьких навичок і навіть закріплення вміння розробляти бізнес-план професійної діяльності та його реалізовувати на практиці через ефективну командну роботу. При цьому слід акцентувати увагу на тому, що здебільшого такі навички обмежуються зоною відповідальності самої людини як повноцінної одиниці ринкових відносин і це є дуже позитивним моментом, так як для того, щоб в майбутньому випускник зміг вдало керувати колективом однодумців і навіть перетворити його на команду в межах становлення власного бізнесу, обов'язковою умовою має стати опанування ним вмінь самоорганізації, ефективної роботи в команді та відповідальності за якість виконуваних ним робіт. Тобто, можемо зробити висновок, що якщо ЗВО докладе зусиль до наповнення освітньої програми всіма необхідними складовими задля виконання вимог стандарту та підтримки високої якості освітнього процесу, то випускники бакалаврських освітніх програм зможуть свідомо виконувати обов'язки членів трудового колективу в межах дизайнерського бізнесу й орієнтуватися у тих економічних, правових та соціальних процесах, що супроводжують розвиток бізнесу в країні. Це дозволить їм ефективно застосовувати набуті знання у практичній діяльності та сприятиме підвищенню власної конкурентоспроможності й ділової репутації на ринку праці, що в подальшому має стати запорукою і відкриття власного бізнесу. У перспективі такий підхід забезпечить формування нового покоління дизайнерів, здатних поєднувати креативність із підприємницьким мисленням.

Що стосується стандарту вищої освіти за магістерським рівнем, то він вимагає опанування випускниками меншої кількості підприємницьких компетенцій, проте вони є більш високого рівня, так як сфера відповідальності тепер зміщується з самої людини на колектив. Отже, зростає рівень відповідальності випускника за ті рішення, що він приймає в бізнесі, так як невдача в бізнесі від невірних рішень керівника (управлінця) і здійснених дій тепер негативним чином позначиться не лише на ньому, а й на кожному члені трудового колективу, яким він керує. Крім того, магістри-дизайнери мають володіти здатністю стратегічно мислити, аналізувати ризики та приймати управлінські рішення з урахуванням довгострокових наслідків. Саме це формує

Підприємницькі компетентності, закріплені в стандарті вищої освіти

Складова	Стандарт вищої освіти галузі знань 02 «Культура і мистецтво» за спеціальністю 022 «Дизайн»		
	першого (бакалаврського) рівня	другого (магістерського) рівня	третього (освітньо-наукового) рівня, ступінь доктора філософії
Загальні компетентності	Здатність працювати в команді. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт	Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми. Здатність розробляти та керувати проектами	Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представ-ляти візуальні презента-ції, портфоліо власних творів, володіти підпри-ємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності	Здатність вести ефективну економічну діяльність у сфері дизайну	-
Результати навчання	Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності. Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну	Планувати професійну діяльність у сфері дизайну відповідно до потреб і запитів суспільства та ринку; провадити підприємницьку діяльність у сфері дизайну	-

Джерело: [11-13]

у них готовність до лідерства та ефективного управління командами в умовах динамічного бізнес-середовища. Тобто, можемо зробити висновок, що якщо ЗВО докладе зусиль до наповнення освітньої програми всіма необхідними складовими задля виконання вимог стандарту та підтримки високої якості освітнього процесу, то випускники магістерських освітніх програм мають вільно орієнтуватися у бізнес-середовищі свого регіону, успішно долати перепони на шляху до відкриття власного бізнесу, напрацьовувати клієнтську базу та досягати на практиці перших результатів у побудові ділової репутації власного бізнесу.

Стандарт вищої освіти доктора філософії з дизайну у розрізі підприємницьких навичок спрямований на поглиблений розвиток креативності у випускників освітньої програми, що дуже доречним через те, що ефективно вести дизайнерський бізнес сьогодні в Україні без креативності майже нереально, адже саме вона є основою для створення унікальних дизайнерських рішень і формування конкурентних переваг на ринку. Випускники цього рівня мають бути здатними не лише генерувати нові ідеї, а й трансформувати їх у реальні бізнес-моделі, які здатні приносити прибуток. Такі компетенції дозволяють поєднувати науково-дослідну діяльність із практикою управління у сфері креативних індустрій. У результаті доктори філософії стають не просто фахівцями, а рушійною силою інноваційного

розвитку дизайнерського бізнесу та національної економіки в цілому.

Отже, на даний момент стандартами вищої освіти всіх трьох освітніх рівнів за спеціальністю 022 «Дизайн» задекларовано необхідність опанування мінімальною кількістю підприємницьких компетенцій випускниками-дизайнерами, що має гарантувати їхню здатність орієнтуватися в економічному середовищі, ефективно реалізовувати власні амбітні дизайнерські проекти та формувати базову ділову репутацію дизайнерського бізнесу у професійному середовищі. Разом з тим, при удосконаленні стандартів вищої освіти України, що на рівні Міністерства освіти і науки України анонсується вже в найближчому майбутньому, питанню імплементації підприємницьких компетенцій в освітній процес підготовки дизайнерів має бути приділено більше уваги, що стане гарантією стратегічного розвитку галузі креативних індустрій України в повоєнний період.

Висновки. В умовах сучасних трансформацій та післявоєнного відновлення підприємницькі навички для дизайнерів набувають виняткового значення не лише для стратегічного розвитку сфери креативних індустрій, а й для поступового формування конкурентоспроможної економіки країни. Вони сприяють створенню нових бізнес-моделей, здатних забезпечити стабільність та інноваційність регіонального розви-

тку, високої ділової репутації дизайнерському бізнесу. Завдяки цьому дизайнери перетворюються на активних учасників відбудови держави, генеруючи додану вартість і посилюючи міжнародний імідж України. Це дозволить не лише реалізовувати творчі ідеї, а й перетворювати їх на конкурентоспроможні продукти та послуги, затребувані на ринку країни і світу. Завдяки розвитку підприємницького мислення дизайнери отримують інструменти для стратегічного планування, ефективної організації власної діяльності та побудови сталих відносин із клієнтами й партнерами, формування потужної ділової репутації власного бренду. Це дозволить їм активно інтегруватися у бізнес-середовище та формувати власний бренд, що особливо важливо для креативних індустрій. Україна сьогодні переживає етап переходу від сировинної економіки до інноваційно-креативної моделі розвитку, і успішні дизайнери з розвинутими підприємницькими компетенціями можуть стати рушійною силою цих змін, їх

драйверами. Їхня діяльність сприятиме не лише особистому професійному зростанню, а й формуванню позитивного іміджу країни у світі. Важливим є також внесок дизайнерів у створення нових робочих місць та підтримку малого й середнього бізнесу, що є основою економічної стабільності в регіоні та країні. Підприємницькі навички забезпечують їм здатність адаптуватися до викликів ринку та глобальних економічних змін, підвищать стійкість креативних індустрій у складних умовах та відкриє нові можливості для міжнародної співпраці. Отже, розвиток підприємницьких компетенцій дизайнерів є стратегічним напрямом для України, адже він визначає перспективи як для самих фахівців, так і для економіки держави загалом. І саме тому подальші дослідження у цьому напрямі мають бути спрямованими на формування дієвого механізму імплементації позитивних світових практик розвитку підприємницьких навичок у процес підготовки українських дизайнерів.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Н., Пасько О. Особливості підготовки майбутніх фахівців дизайну у закладах вищої освіти. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 61(1). С. 58-63.
2. Савченко Л.О., Саф'ян К.Ю. Проблема формування професійної культури майбутніх фахівців з технологічної та дизайн підготовки. *Наукові записки Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Педагогічні науки*. 2023. Вип. 211. С. 42-48.
3. Сотська Г.І. Формування проєктної культури у процесі бакалаврської підготовки дизайнерів одягу в закладах вищої освіти України і Данії. *Естетика і етика педагогічної дії*. 2023. Вип. 27. С. 113-124.
4. Костюк О. Синергетичний підхід в системі формування естетичної свідомості майбутніх дизайнерів в процесі професійної підготовки. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 69(2). С. 234-238.
5. Пасько О., Кравченко М. Інтеграція менеджменту у навчальні програми дизайнерських спеціальностей, виклики та перспективи в навчальних закладах України. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 65(2). С. 352-356.
6. Якушенко І., Приходько О. Пріоритетність компонентів іншомовної комунікативної компетентності у студентів-дизайнерів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти технічного ЗВО в умовах онлайн навчання. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 61(4). С. 135-139.
7. Тихонова Н. Сучасний стан дослідження проблеми розвитку підприємницької компетентності в професійній освіті. *Проблеми освіти*. 2024. Вип. 1. С. 175-193.
8. Тимошенко О.І., Скляренко О.В., Ягодзінський С.В. Формування підприємницької компетентності здобувачів освіти як невід'ємна складова підготовки конкурентоспроможних фахівців. *Економіка і управління*. 2024. Вип. 1. С. 9-17.
9. Пріма Р., Бортнюк Т. Підприємницька компетентність: сутність та дефініціювання. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2021. №4. С. 201-210.
10. Захарова О.В. Кон'юнктура ринку освітніх послуг в Україні у сфері підготовки бакалаврів менеджменту. *Зб. наук. праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. Вип. 63. С. 23-32.
11. Стандарт вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 02 «Культура і мистецтво» за спеціальністю 022 «Дизайн». Затверджено та введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 13.12.2018 р. № 1391. 15 с. URL: <https://mon.gov.ua/osvita-2/vishcha-osvita-ta-osvita-doroslikh/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukraini/zatverdzeni-standarti-vishchoi-osviti>.
12. Стандарт вищої освіти другого (магістерського) рівня, галузі знань 02 «Культура і мистецтво» за спеціальністю 022 «Дизайн». Затверджено та введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 21.12.2018 р. № 1433. 14 с. URL: <https://mon.gov.ua/osvita-2/vishcha-osvita-ta-osvita-doroslikh/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukraini/zatverdzeni-standarti-vishchoi-osviti>.
13. Стандарт вищої освіти (далі – Стандарт) третього (освітньо-наукового) рівня, ступінь доктора філософії, галузь знань 02 Культура і мистецтво, спеціальність 022 Дизайн. Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 30.12.2021 р. №1506. 13 с. URL: <https://mon.gov.ua/osvita-2/vishcha-osvita-ta-osvita-doroslikh/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukraini/zatverdzeni-standarti-vishchoi-osviti>.

References:

1. Bondarenko N., Pasko O. (2023). Peculiarities of training future design specialists in higher education institutions [Osoblyvosti pidghotovky majbutnikh fakhivciv dyzajnu u zakladakh vyshhoji osvity]. *Aktualjni pytannja ghumanitarnykh nauk*, vol. 61(1), pp. 58-63.

2. Savchenko L.O., Safyan K.Yu. (2023). The problem of forming a professional culture of future specialists in technological and design training [Problema formuvannja profesijnoji kuljturny majbutnikh fakhivciv z tekhnologichnoji ta dizajn pidgotovky]. *Naukovi zapysky Centralnoukrajinskogho derzhavnogho pedagoghichnogho universytetu imeni Volodymyra Vynnychenka. Serija: Pedagoghichni nauky*, no. 211, pp. 42-48.
3. Sotska G.I. (2023). Formation of design culture in the process of bachelor's degree training of clothing designers in higher education institutions of Ukraine and Denmark [Formuvannja projektnoji kuljturny u procesi bakalavrsjkoji pidgotovky dizajneriv odjaghu v zakladakh vyshhoji osvity Ukrajiny i Daniji]. *Estetyka i etyka pedagoghichnoji diji*, no. 27, pp. 113-124.
4. Kostyuk O. (2023). Synergetic approach in the system of forming the aesthetic consciousness of future designers in the process of professional training [Synerghetychnyj pidkhyd v systemi formuvannja estetychnoji svidomosti majbutnikh dizajneriv v procesi profesijnoji pidgotovky]. *Aktualjni pytannja ghumanitarnykh nauk*, vol. 69(2), pp. 234-238.
5. Pasko O., Kravchenko M. (2023). Integration of management into design curricula, challenges and prospects in educational institutions of Ukraine [Integhracija menedzhmentu u navchaljni prohramy dizajnersjkykh specialnostej, vyklyky ta perspektyvy v navchalnykh zakladakh Ukrajiny]. *Aktualjni pytannja ghumanitarnykh nauk*, vol. 65(2), pp. 352-356.
6. Yakushenko I., Prykhodko O. (2023). Priority of components of foreign language communicative competence among design students of the first (bachelor's) level of higher education of technical higher education institutions in online learning conditions [Priorityetnistj komponentiv inshomovnoji komunikatyvnoji kompetentnosti u studentiv-dizajneriv pershogho (bakalavrsjkogho) rivnja vyshhoji osvity tekhnichnogho ZVO v umovakh onlajn navchannja]. *Aktualjni pytannja ghumanitarnykh nauk*, vol. 61(4), pp. 135-139.
7. Tikhonova N. (2024). Current state of research into the problem of developing entrepreneurial competence in vocational education [Suchasnyj stan doslidzhennja problemy rozvytku pidpryjemnyckoji kompetentnosti v profesijnij osviti]. *Problemy osvity*, no. 1, pp. 175-193.
8. Tymoshenko O.I., Sklyarenko O.V., Yagodzinsky S.V. (2024). Formation of entrepreneurial competence of education seekers as an integral component of training competitive specialists [Formuvannja pidpryjemnyckoji kompetentnosti zdobuvachiv osvity jak nevidjemna skladova pidgotovky konkurentospromozhnykh fakhivciv]. *Ekonomika i upravlinnja*, no. 1, pp. 9-17.
9. Prima R., Bortniuk T. (2021). Entrepreneurial competence: essence and definition [Pidpryjemnyckja kompetentnistj: sutnistj ta definicijuvannja]. *Pedagoghichni nauky: teorija, istorija, innovacijni tekhnologiji*, no. 4, pp. 201-210.
10. Zakharova O.V. (2021). Market conditions of educational services in Ukraine in the field of training bachelors of management [Kon'unktura rynku osvitnykh poslugh v Ukraini u sferi pidgotovky bakalavriv menedzhmentu]. *Zb. nauk. pracj Cherkasjkogho derzhavnogho tekhnologichnogho universytetu. Serija: Ekonomichni nauky*, no. 63, pp. 23-32.
11. Standard of higher education of the first (bachelor's) level, field of knowledge 02 "Culture and Art" in the specialty 022 "Design" [Standart vyshhoji osvity pershogho (bakalavrsjkogho) rivnja, ghaluzi znanj 02 «Kuljtura i mystectvo» za specialnistju 022 «Dyzajn»]. Available at: <https://mon.gov.ua/osvita-2/vishcha-osvita-ta-osvita-doroslikh/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukraini/zatverdzeni-standarti-vishchoi-osviti>.
12. Standard of higher education of the second (master's) level, field of knowledge 02 "Culture and Art" in the specialty 022 "Design" [Standart vyshhoji osvity drughogho (maghistersjkogho) rivnja, ghaluzi znanj 02 «Kuljtura i mystectvo» za specialnistju 022 «Dyzajn»]. Available at: <https://mon.gov.ua/osvita-2/vishcha-osvita-ta-osvita-doroslikh/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukraini/zatverdzeni-standarti-vishchoi-osviti>.
13. Standard of higher education of tretjogho (osvitnjo-naukovogho) level, field of knowledge 02 "Culture and Art" in the specialty 022 "Design" [Standart vyshhoji osvity tretjogho (osvitnjo-naukovogho) rivnja, ghaluzi znanj 02 «Kuljtura i mystectvo» za specialnistju 022 «Dyzajn»]. Available at: <https://mon.gov.ua/osvita-2/vishcha-osvita-ta-osvita-doroslikh/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukraini/zatverdzeni-standarti-vishchoi-osviti>.

ENTREPRENEURIAL COMPETENCES OF DESIGNERS AS A GUARANTEE FOR BUILDING A BUSINESS REPUTATION IN CREATIVE INDUSTRIES

The article examines the significance of entrepreneurial competencies of designers in the context of building business reputation within the creative industries of Ukraine. It is argued that entrepreneurial skills represent an essential component of professional training, since they enable designers to effectively manage their own projects, strategically plan activities, and build strong personal and corporate brands. Entrepreneurial thinking provides opportunities for identifying new market niches, adapting to rapidly changing business environments, and ensuring long-term competitiveness. The study highlights that in the conditions of globalization, digitalization, and particularly post-war economic recovery, the role of entrepreneurial competencies becomes even more critical. The analysis of higher education standards at the bachelor's, master's, and PhD levels demonstrates that entrepreneurial education is not only necessary but also systematically embedded into training programs, although its scope and depth differ depending on the level. At the bachelor's level, the emphasis is placed on teamwork, self-organization, and the ability to develop business plans. At the master's level, greater attention is paid to strategic thinking, risk management, and responsibility for collective decision-making. At the doctoral level, entrepreneurial competencies are mainly linked to creativity, innovation, and the ability to transform new ideas into sustainable business models. The article further substantiates that entrepreneurial competencies contribute to designers' capacity to establish long-term partnerships, communicate effectively with stakeholders, and enhance their reputation capital. This reputation capital, in turn, becomes a valuable intangible asset for the competitiveness of

creative businesses. The findings show that the integration of entrepreneurial training into design education fosters the development of professionals who are not only creative but also capable of strategic leadership in business. Moreover, designers with entrepreneurial skills are more likely to achieve successful career trajectories and contribute to the growth of small and medium-sized enterprises in the creative sector. In the broader context, their activity enhances the resilience of creative industries, accelerates regional economic recovery, and strengthens the global image of Ukraine. The research concludes that nurturing entrepreneurial competencies among design students is a strategic priority for higher education institutions, as it directly influences the innovative development of the national economy.

Key words: *business reputation, design, creative industries, entrepreneurial competencies, competitiveness.*