

– російськомовні абітурієнти (найбільш привабливий для початкової стадії сегмент ринку);

– не російськомовні клієнти, котрі вільно володіють як мінімум однією з міжнародних європейських мов (англійська, французька, іспанська, німецька). Це найважливіший сегмент ринку. Безумовну перевагу для українських ВНЗ як цільовий сегмент ринку будуть мати англомовні студенти;

– абітурієнти, котрі зацікавлені в оволодінні російською, або українською мовою для подальшого навчання на цій мові. Це найменший, але разом з тим найважливіший сегмент ринку важливість якого сягає рівня геополітичних інтересів України;

– абітурієнти готові навчатись виключно на національній мові, котра не є міжнародною. Цей сегмент є практично закритим для українських ВНЗ.

4. За спеціальністю або спеціалізацією:

– економічні спеціальності та спеціалізація українських ВНЗ, котрі мають потужні перспективи попиту на європейському ринку (туристичний бізнес, готельно-ресторанна справа, маркетинг, міжнародна економіка, економічна кібернетика, тощо);

– економічні спеціальності та спеціалізація українських ВНЗ, котрі мають меншу перспективу просування на європейському ринку (бухгалтерський облік, банківська справа, економіка підприємства, товаровознавство, тощо).

5. За рівнем та ступенем освіти:

– бакалавр (найбільш потужний сегмент європейського ринку для українських ВНЗ);

– магістр (є особливо актуальним виключно для тієї категорії студентів, котра погодиться продовжувати навчання безпосередньо в Україні), цей сегмент є актуальним на другому, або третьому етапі просування освітніх послуг українських ВНЗ;

– доктор філософії, або кандидат наук після навчання в аспірантурі (також є актуальним виключно для студентів, котрі переїдуть на навчання в Україну, але може просуватися і на першому етапі внаслідок значно меншої кількості таких пропозицій).

Успішна маркетингова стратегія просування освітніх послуг українських ВНЗ на європейський ринок можлива за умов плідної співпраці керівництва ВНЗ, МОН України та Міністерства закордонних справ України. При цьому ключова роль керівництва ВНЗ полягає у формуванні ініціативи та створенні освітнього продукту для європейського ринку. Роль МОН України полягає у сприянні ліцензуванню діяльності вітчизняних ВНЗ за межами України та подальшому зміцненню міждержавних правових відносин по визнанню

українських дипломів за кордоном. Роль міністерства закордонних справ України полягає саме в просуванні освітніх послуг ВНЗ в інтересах держави. У складі практично всіх Посольств України в Європі є аташе з питань культури, науки та освіти, котрі обізнані про стан ринку освітніх послуг певної держави. Їх активна участь у просуванні освітніх послуг українських ВНЗ відповідно до національних законів, звичаїв і традицій країни перебування є невід'ємною складовою такого процесу. За необхідністю та за рахунок українських ВНЗ кількість таких працівників може бути збільшено. В сучасних умовах МОН України справедливо вимагає від наукових працівників ВНЗ активної участі у науковому житті європейської спільноти, збільшення кількості публікацій у європейських наукових виданнях, участі у конференціях тощо. Очевидним є також той факт, що досягнути якісної, масової та системної роботи в цьому напрямку без виходу вітчизняних ВНЗ на європейський освітній простір неможливо. Такі вимоги МОН України є виправданими, але доцільною є зміна послідовності вирішення цього питання. Спочатку треба просунути українські освітні послуги на європейський ринок, а це в свою чергу потягне за собою участь викладачів і студентів у конференціях, публікаціях, збільшить цитування українських науковців, тощо.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОСВІТИ: ЕКОНОМІКА ЗНАТЬ І БІЗНЕС

Є.І. Івченко, к.т.н., доцент,

М.О. Недасва

Полтавський університет споживчої кооперації України

Економічний стан держави безпосередньо визначається наявністю в ній конкурентноздатних галузей і виробництв реального сектору економіки. Конкурентноздатність країни, в свою чергу, обумовлена послідовністю та системністю рішень на рівні державної влади щодо ключових факторів, від яких залежить її успішність. У свій час конкурентноздатність країни в значній мірі залежала від наявності трьох основних факторів виробництва – природних ресурсів, трудових ресурсів і капіталу. З розвитком виробництва та науково-технічного прогресу конкурентоздатність почали визначати фактори вищого рівня, перед усім це інфраструктура країни, її науковий потенціал і рівень освіти населення. Становище, яке склалося сьогодні у реальному секторі економіки України, обтяжене цілою низкою наслідків світової економічної кризи. Розвиток реального сектору економіки є досить вразливим також через економічну, політичну і соціальну

нестабільність в Україні, яка викликана іншими причинами. За цих умов розвиток реального сектору економіки зазнає впливу таких факторів як неврегульований і стрімкий ріст цін, спад виробництва та реалізації в багатьох галузях народного господарства, платіжна криза, банкрутство підприємств та інших суб'єктів господарювання. У структурі реального сектору економіки України домінує великий бізнес, його вага малого і середнього у внутрішньому валовому продукті складає менше 10%. Різне падіння попиту на сировину, яка експортується, спровокувало скорочення обсягів промислового виробництва та формування дефіциту поточного рахунку платіжного балансу. За цих умов погіршився фінансовий стан підприємств реального сектору економіки, виникли проблеми з обслуговуванням банківських боргів. Ресурсні кондиції банківської системи погіршуються, тобто фінансові установи не кредитують реальний сектор. Підприємства отримують менше ресурсів, менше виробляють продукції, менше експортують, їх прибуток знижується [1]. Все вищезазначене об'єктивно вимагає нових підходів і теоретичного осмислення шляхів адаптації та забезпечення дієвості інноваційних процесів у сфері розвитку реального сектору економіки України до сучасних умов.

Основним напрямком практичної реалізації цього є виявлення можливостей підвищення ефективності впровадження інновацій у сферу реального сектору економіки України за рахунок широкого використання останніх досягнень у теорії управління та новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Досвід економічної перебудови в країнах з перехідною економікою, подолання (або значне зменшення наслідків) сучасної світової економічної кризи в країнах ЄС свідчить про те, що впливу інформаційного суспільства на розвиток реального сектору економіки не має альтернативи [2; 3].

Всесвітній економічний форум спільно з бізнес-школою INSEAD провів дослідження рівня проникнення інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і показника мережевої готовності у 134 країнах світу. Звіт за 2008–2009 роки засвідчив 62-е місце України. За різними компонентами рейтингу та показника мережевої готовності можна відмітити, що українські ринкові умови та регуляторна політика не відповідають рівню розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури країни. Готовність населення України до використання ІКТ вища ніж у державних підприємств і органів різних гілок влади. Крім того, вражає низький рівень використання можливостей ІКТ вітчизняним бізнесом – реальним сектором економіки [3; 4].

Сучасні процеси в економіці обумовлюють новий погляд на ІКТ з позицій менеджера, підприємця, кінцевого користувача. Термін «нова

економіка» все частіше трансформується у поняття «економіка знань» або «когнітивна економіка». До основних соціальних засад «економіки знань» можна віднести наступні:

- важливість інтелектуального капіталу, тобто переважає прагнення перетворити винаходи та відкриття в інтелектуальну власність, а інтелектуальну власність у капітал;
- створення інформаційного суспільства (перехід від «енергоємних» до «інформаційно-ємних» виробництв і процесів);
- розвиток економіки, якою управляє користувач;
- прагнення покласти в основу не прибуток, а соціальну доцільність і користь [5].

Сьогодні, в умовах постійних змін зовнішнього середовища, «економіка знань» є практично єдиним інструментом для створення бізнесу на сучасному рівні. Все більшого розповсюдження отримують лінгвістичні і когнітивні моделі (наприклад, нечіткі і нейронні), моделі штучного інтелекту (з використанням евристик і знань управлінців вищої кваліфікації – експертів), які впроваджуються в управлінські процеси нових інтелектуальних систем підтримки рішень, і глобальних ІКТ.

Впровадження методів «економіки знань» в управління бізнесом обумовлене складністю аналізу процесів і прийняття управлінських рішень [5].

З іншого боку, «економіка знань» це міждисциплінарне розширення інформаційних наук, яке вивчає проблеми обробки інформації і прийняття рішень у системній єдності з внутрішніми когнітивними механізмами обробки інформації і процесами штучного інтелекту. Сфера досліджень «економіки знань» поєднує ІКТ, програмну інженерію, математику, кібернетику, інженерію знань, когнітологію, філософію, соціологію та психологію [5].

Для ефективного впровадження методів «економіки знань» необхідно запровадити відповідний процес навчання у вищих навчальних закладах, який би у своїй програмі мав тенденції до конвергенції галузей знань: стану сучасних ІКТ, розвитку бізнес-платформ, соціології та психології з урахуванням управління якістю на базі стандартів ISO 9001 у редакції 2008 року.

Література

1. Сугоняко А. Президент Ассоциации украинских банков: Я допускаю, что деньги могут разговариваться [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kontrakty.ua/index2.php>.
2. Pouk T. Наука за корпоративный счет [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.investgazeta.net/print.php>.

3. Івченко Є.І. Проблеми інноваційного розвитку підприємств: інформаційно-комунікаційні технології [Текст] / Є.І. Івченко // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України (Серія «Екон. науки»). – 2008. – № 1 (26). – С. 112–117.
4. Івченко Є.І. Конкурентоздатність підприємств: стан і тенденції розвитку інформаційного середовища [Текст] / Є.І. Івченко // Науковий вісник ПУСКУ. Серія «Екон. науки». – 2009. – № 2 (33). – С. 51–56.
5. Івченко Є.І. Інформаційна економіка: стан, управління і тенденції розвитку [Текст] / М.Є. Рогоза, Є.І. Івченко, Г.В. Карнаухова // Проблеми функціонування вищих навчальних закладів економічного профілю: всеукр.наук.-практ.конф., 22–23 жовт. 2009 р.: матер-конф. – Полтава, 2008. – С. 61–63.

ПРОБЛЕМИ ПРОДУКТИВНОСТІ ОСВІТИ З ПОЗИЦІЙ ГУМАНІЗМУ

І.В. Усанов, к.філос.н., доцент

Полтавський університет споживчої кооперації України

Л.А. Усанова, к.філос.н., доцент

Полтавський національний педагогічний університет

ім. В.Г. Короленка

Постсучасна освіта стала свого роду фабрикою конструювання та системного узгодження особистості, включення її у потоки різного рівня самоорганізації. Як Аліса у задзеркаллі, вона використовує перевернутий код мудрості, вона вчить не істині, а вигоді, не бути у світі, а мати його: через знання, вміння, навички вона вчить не буттю, а вжитку. Найулюбленіше слово сучасного студента: «Я так думаю», є результатом переходу від колективної свідомості до персонального користування нею. У цьому асиметричному відображенні виникає світ, де ми використовуємо час, тож ми поза часом, ми використовуємо думку, тоді ми не думаємо, ми любимо любов, але ми не любимо, ми говоримо про близькість і відкритість, проте залишаємо свої серця закритими і прихованими. Наша позиція взагалі поза тим, що існує, вона є імітацією існування самої людяності. Тож імітація і стає головним продуктом освітнього виробництва, бо в дійсності вона працює не на людину, а на систему, що забезпечує її існування, а сам людський образ продовжує залишатися невідомим. Освіта не виводить із схову самості на світло осмисленого життя особистісне ядро людини, вона не є вихованням, а є інформаційним наповненням. Мета сучасної освіти пов'язана з маніпуляцією, тобто використанням антропологічних характеристик людини без самої людини – так досягається остаточна

свобода та звільнення, про яке колись мріяло Просвітництво і яке реалізується в епоху пост.

Освіта у постсучасному суспільстві має визнати як пріоритет свою господарську діяльність, свою спрямованість саме на продуктивне виробництво у сфері відтворення людських якостей і характеристик, що й має назву індивідуальності, тобто належних людині атрибутивних характеристик. Вона, з одного боку, прагне підкреслити свою ідеологічну незаангажованість, та ліберальний демократизм у відношенні до різних істин, а з іншого, дане «нейтральне позиціонування» є, або відсутність того образу, що має бути висвітлений та вихований, «виведений зі схову», або скритою стерилізацією особистості у специфічно організованому виховному процесі.

Освіта стає сферою виробництва, бо продуктом стає сам індивід, що конструює себе на основі обраних характеристик, та функціональних можливостей, в залежності від природних даних, затрачених зусиль та коштів на отримання остаточного ефективного образу. Вона діє на запити ринку, що давно мають спрямування відмінне від людських цінностей. Але разом з тим, вона розуміє себе сферою споживання, оскільки торгує засобами актуалізації людськими здібностями та індивідуальними якостями, що можуть бути використані людиною, та людиною її не роблять. Освіта вчить тільки професійної функціональності, і функціональність приймається за ядро особистості, її головний критерій існування, її дійсність, її якісний показник, її вартість на ринку праці, її ефективність у системі господарювання.

Ми звикли жити у суспільстві, де загальнолюдські цінності, що включають у себе й освіченість, є базовими пріоритетами та смислотворчими стратегіями. У постсучасному світі ідеї гуманістичних ідеалів залишаються не більш ніж маніпуляцією давніми гаслами у нових обставинах, коли принципово змінились аксіологічні пріоритети, а споживче суспільство, що вирросло з великих тоталітарних режимів стало ще менш людяним ніж попередні епохи. Проте якщо сьогодні немає великих злочинів проти людини, то це скоріше тому, що нівелиються самі поняття, за якими можливо кваліфікувати склад злочину, розмивається саме поняття гуманності, як критерію, що дозволяє бачити якісь невідповідності. В інформаційних потоках і вивертах суперечливого плюралізму існують тільки коди влади, та результативна ефективність виробничих процесів, для яких байдужа цільова причина, тобто сама людина. Вона просто зникає, коли у відносинах попиту-пропозиції, коли існування споживача стає апологією будь якої справи та виправданням усіляких ризиків за ради прибутку. Справедливо сьогодні ставляться питання: чи не перейшла, наприклад, інженерія чи медицина допустиму межу, за якою проблема людяності