

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАУКОВІ ПРАЦІ
ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ
«ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

СЕРІЯ: «ПЕДАГОГІКА, ПСИХОЛОГІЯ І СОЦІОЛОГІЯ»

Всеукраїнський науковий збірник

Заснований у травні 2007 року

Виходить 2 рази на рік

№ 2 (17), 2015

Красноармійськ – 2015

ЗМІСТ

Adaryukova L. B. Competence-based Approach as a Way of Modernization of the International and National Educational Environment	5
Адарюкова Л. Б. Компетентнісний підхід як шлях модернізації міжнародного та національного освітнього простору	
Антоненко О. В. Роль інноваційних технологій навчання в процесі підготовки майбутніх інженерів-педагогів комп'ютерного профілю	10
Бєлкіна С. Д. Зміст і структура дослідницької компетентності майбутнього інженера	14
Борін К. А. Екологічне виховання засобами природи в історії педагогічної думки Німеччини	21
Горобець Д. В. Теоретичні принципи розробки програми розвитку інклюзивної освіти у вузі	27
Грабовенко І. С. Проблеми перекладу та редагування наукових текстів на заняттях з української мови у ВНЗ	34
Євдокімова-Лисогор Л. А. Підготовка фахівців сфери туризму до міжкультурного діалогу в процесі навчально-творчої діяльності	40
Жигір В. І. Формування готовності майбутнього менеджера освіти до професійної діяльності	46
Золотарьова О. В. Сутність педагогічної підтримки обдарованих школярів в Ізраїлі	55
Кабанець М. М. Стратегічні напрямки підтримки та розвитку дитячої обдарованості у Донецькій області	64
Корносенко О. К. Компетентнісний підхід як основа концепції професійної підготовки майбутніх фітнес-тренерів	70
Костюченко М. П. Аналіз процесів у педагогічній системі	78
Нікітіна А. В. Характеристика національно-мовної особистості вчителя-словесника	91
Охременко С. В., Костюченко М. П. Ринкова стратегія розвитку вищих технічних навчальних закладів України	97
Петренко В. О. Особливості підготовки менеджерів-економістів до професійної діяльності у міжкультурному контексті	108
Петрова І. В., Кушнір Л. В. Міждисциплінарні зв'язки курсу "Історія української та зарубіжної культури" (на прикладі вивчення авангардного мистецтва)	113
Попова О. В. Структура професійної мовної культури як інваріанта професійної комунікативної культури у науково-педагогічній літературі	122

Пузирьов В. Є. Реалізація міжпредметних зв'язків математики та фізики на заняттях з вищої математики	129
Skirda A. Insights into Giftedness in Schools and Colleges in the EU and the USA	135
Скирда А. Є. Дослідження обдарованості в школах і коледжах в ЄС і США	
Слуцький Я. С. Методичне забезпечення підготовки волонтерів корпусу миру до міжкультурної взаємодії	142
Хоменко В. В. Особливості використання відеоматеріалів для викладання французької мови студентам економічних спеціальностей	149
Хоменко П. В. Розробка та впровадження спеціалізувальної методики природничонаукової підготовки майбутніх фахівців фізичної культури	156
Хом'як О. А. Психолого-педагогічні особливості виховання естетичних смаків у студентів педагогічних університетів	164
Хохлова О. А. Критерії та показники сформованості економічної компетентності майбутніх фахівців хімічної промисловості	169

In the article the model of the national language personality of a modern language and literature teacher and communicative personality of philologist is analysed in pedagogical discourse, description of parameters of communicative personality is presented.

The author of the article speaks to the problem of improvement of expressiveness of speech of modern language and literature teacher, characterizes methods of practical perfecting and development of expressiveness of speech.

The characteristics are the following: intensification of motivation of the personal self-perfection (because only the teacher with generated national language personality can form the national language personality of a pupil); immersion into the discourse of Ukrainian culture, realization of role of the Ukrainian language as a cultural legacy of nation and method of formation of the language picture of the world; perfection of skills and abilities of language didactical analysis of texts which are the national precedent phenomena.

Key words: *national language personality, language and literature teacher, pedagogical, motivational, cognitive and functional characteristics of the language personality.*

УДК 378.014.543.5

С. В. ОХРЕМЕНКО (аспірант)

директор ТОВ «ДРБП «Новобудова»,

М. П. КОСТЮЧЕНКО (канд. пед. наук, доц.)

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

РИНКОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВИЩИХ ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано проблеми стагнації вищих технічних навчальних закладів (ВТНЗ) України, представлені основні методи розробки і приклади ринкових стратегій розвитку, засновані на традиційних для бізнесу методах адаптації до ринку. Запропоновано середньострокова стратегія, яка заснована на адаптації суміжних ринків праці і послуг відповідних фахівців до нової інституціональної ролі ВТНЗ. Нова роль регіонального ВТНЗ це роль ініціатора та організатора організованих ринків послуг та саморегульованих організацій професіоналів або роботодавців регіону.

Ключові слова: *стратегія розвитку ВТНЗ, організований ринок послуг, саморегульовані організації, стандарти якості послуг, професійні стандарти, акредитація фахівців і сертифікація їх послуг, регіональний реєстр фахівців, інституційна роль ВТНЗ, організація та розвиток суміжних ринків.*

Постановка проблеми. Як показують дослідження [1], загальний тренд розвитку системи вищої освіти України, а саме основна тенденція зміни часового ряду, – її стагнація. Стагнація це відсутність інновацій та адаптації до змінного середовища. Виклики ринку освітніх послуг, пов'язані зі стійким зниженням чисельності абітурієнтів, демографічним затяжним спадом, високим ступенем

конкуренції, з одного боку, і кризовими явищами в економіці, а отже і у фінансах держави, з іншого, різко знижують потенційну базу споживачів і замовників освітніх послуг. Банкрутство чи зниження доходів і рентабельності вищих технічних навчальних закладів (ВТНЗ), як суб'єктів ринку вищої технічної освіти, з одного боку, і невизначеність якості їх суспільно корисних функцій, як соціальних інститутів, з іншого, досить гостро ставлять питання про пошук і розробку адекватної стратегії розвитку кожного закладу. Так як ВТНЗ одночасно є суб'єктами ринку та об'єктами здійснення суспільних благ (зокрема, розвитку освіти, науки і культури), то необхідна специфічна методика розробки стратегій їх розвитку та розвитку системи освіти в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковій та соціально-економічній проблемі стратегічного менеджменту в системі вищої освіти в умовах ринкової економіки присвячено ряд наукових досліджень, переважно в РФ. Зокрема, праці Л.П. Бічарової присвячені питанням методології розробки стратегій розвитку ВТНЗ на основі збалансованої системи показників, класифікації послуг і стратегічних альтернатив. Проблема розробки концепції стратегій розвитку системи освіти присвячені праці В. Аванесова, а питанням їх маркетингових стратегій – О.В. Сагінова. Стратегічним напрямом розвитку ВТНЗ в умовах трансформації економіки присвячені роботи С.В. Смерічевської, С.І. Плаксій і Н.Л. Титової. Проблема адаптації ВТНЗ до нових умов ринку присвячені дослідження С.І. Плаксій і Н.Л. Титової. На підставі закону України про вищу освіту [5] і концепції розвитку освіти в Україні на період 2015 – 2025 рр. [2] ряд ВТНЗ України нині розробляють свої стратегії розвитку.

Мета статті. Метою цього дослідження є новий концептуальний підхід до розробки стратегії розвитку регіональних ВТНЗ.

Виклад основного матеріалу. Огляд праць про розробку стратегій розвитку вузів [2; 3 та ін.] й аналіз сутності самих стратегій [4], дозволяє зробити висновок про те, що зараз раціонально застосовувати теоретичні методи стратегічного менеджменту для побудови вербальних моделей адаптації ВТНЗ до ринку. Однак зазначені методи слабо враховують зворотний процес – можливий вплив самого ВТНЗ на свій ринок і суміжні ринки.

Основною метою кожної вказаної стратегії є підвищення якості освітніх послуг. А якість в маркетингу – це відповідність продукту загальновизнаним стандартам та очікуванням клієнтів. Цим продуктом ВТНЗ є компетентності випускників. **Компетентність** (від англ. competence – здатність, спроможність, уміння) – це *актуальна* (від лат. actualis – діяльний) здатність підготовленого фахівця ефективно та результативно виконувати професійні завдання, фахові обов'язки та посадові функції, які входять до його компетенції (від лат. competentia – сфера повноважень чи видів діяльності) і відповідають наявному освітньо-кваліфікаційному або освітньо-науковому рівню. Іншими словами, це обґрунтована можливість актуалізувати та реалізувати на практиці (відповідно до діючих стандартів) мотиваційні, змістовні та процесуальні компоненти професійної діяльності, тобто їх здатності вирішувати актуальні виробничі завдання [6].

Випускникові технічного вузу потрібні компетентності, які затребувані ринком – роботодавцями та замовниками його інженерних послуг. Роботодавцям та замовникам послуг фахівця необхідний якісний результат діяльності, а не його формальна **кваліфікація** (від лат. qualis – якої якості + facere – робити) –

підготовленість працівника до реалізації виробничих функцій, посадових обов'язків і завдань, тобто його *потенційна* (можлива, прихована) здатність виконувати завдання та вирішувати проблеми, які відносяться до його компетенції [6].

Які положення стандартів щодо кваліфікації фахівця, викладених в ОКХ і в ОПП, максимально затребуються ринком, а які мінімально затребувані або не затребувані взагалі? Відповідь на це питання актуальне і вимагає регулярного перегляду змісту зазначених стандартів, які мають надто загальний характер і далеко не завжди враховують вимоги конкретного підприємства.

Згідно з проведеними дослідженнями в Росії [7] роботодавці скептично ставляться до якості навчання у ВТНЗ. Так близько 80% роботодавців не віддають перевагу ні «червоним» дипломам, ні дипломам престижних ВТНЗ. Вони хочуть знати про реальні компетентності фахівця до прийому його на роботу або розміщення у нього замовлення і тому намагаються самі організовувати їх тестування. Але у багатьох підприємств, особливо малих і середніх, немає можливостей для оцінювання компетентності фахівця, а тим більше для розробки адекватних (для даного підприємства) стандартів компетентності. Як наслідок, роботодавці та замовники послуг переважно не можуть здійснювати раціональний, а тим паче, оптимальний вибір з метою ефективного використання людського капіталу – основної цінності будь-якого бізнесу чи виробництва.

Низька конкурентоспроможність випускників вітчизняних ВТНЗ, у порівнянні з вузами розвинених країн є однією з причин непривабливості нашого ринку для стратегічних інвесторів, від чого слабо розвивається економіка і не створюються нові робочі місця. У нерозвиненому ринку будь-яка стратегія приречена в довгостроковій перспективі. У зв'язку з цим, навчальним закладам необхідно не тільки адаптуватись до спадаючого ринку в короткостроковій і середньостроковій перспективі, але й створювати висхідний ринок в довгостроковій перспективі.

Основне джерело доходів українських вузів сьогодні – оплата послуг вищої освіти, що надаються студентам, яка здійснюється державою або батьками студентів. Яка динаміка і тенденції попиту на ці послуги? Чи потрібні ринку України та роботодавцям випускники, які дійсно компетентні та конкурентоспроможні?

Відповідь на вказані риторичні запитання може бути здійснена за результатами емпіричного дослідження. Так, за даними вибіркового обстеження підприємств щодо рівня заробітної плати працівників за статтю, віком, освітою та професійним групам за 2012 рік отримано таке. Серед фахівців-професіоналів питома вага тих, хто працює не за фахом (професія за фактичною зайнятістю не відповідає професії за отриманою освітою) становить: 97,6% – у галузі сільського господарства, лісництва та рибальства; 96,5% – серед керівників-менеджерів; 79,1% – в галузі фінансів і торгівлі; 52,7% – у сфері управління, правознавства та соціального захисту; 52,6% – у галузі транспорту та зв'язку [8].

Причина вище вказаної колізії переважно в тому, що в системі державного управління нині немає інфраструктури, яка виконує функції пошуку, відбору, розстановки, оцінювання, безперервного навчання і збереження персоналу. Саме ж підприємство, тим паче мале і середнє, як правило, не в змозі виконати названі функції на достатньо професійному рівні так, як вони високо затратні і вимагають спеціальних інструментів, знань і підготовки. Рекрутингові агентства також не в змозі оцінити професійні компетентності здобувачів, тому підбирають персонал за своїми авторськими методиками і, як правило, за другорядними критеріями.

Формально компетентності підтверджуються дипломом. Однак роботодавці та рекрутери ставляться до диплома як до формального документу. Як правило, їм байдужа якість диплома, тобто колір диплома, статус бакалавра або магістра і репутація ВТНЗ, який його видав [9]. Слід зазначити, що в пострадянському просторі диплом не є індикатором професійної компетентності з наступних причин:

1. Вивченням постійно змінюваних вимог до відповідних компетентностей випускників і до їх трудової діяльності ні ВТНЗ, ні роботодавці, ні держава постійно не займаються. Рідкісні ненаукові спроби розробки паспортів професій силами приватних корпорацій проблему не вирішують [10]. Тому в Законі України «Про вищу освіту» [5] передбачено порядок і необхідність розробки стандартів компетентностей. Проте чи буде державний апарат встигати адаптувати їх до постійно змінюваних умов (п. 7 ст.18 Закону), і чи будуть у нього мотиви для безперервних змін ?
2. Зміст освіти у ВТНЗ не повною мірою відповідає потребам ринку, оскільки він відображає недосконалий в сенсі гнучкості та мобільності стандарт компетентності випускника.
3. Процес навчання не спрямований на розвиток професійних компетентностей, оскільки існуюча лекційно-семінарська система орієнтована на засвоєння навчальної інформації, а не вмінь вирішувати виробничі завдання різного рівня складності. Тому законодавець делегував прийняття положень про організацію навчального процесу самим ВТНЗ, в рамках їх академічної автономії [5].
4. Поки що якість освіти випускника ВТНЗ переважно оцінюється знаннями, вміннями і навичками, а відповідно до Закону України про вищу освіту якість повинна оцінюватися сукупністю систематизованих знань, умінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, інших компетентностей, отриманих у вищому навчальному закладі у відповідній галузі знань з певної кваліфікації на таких рівнях вищої освіти, як початковий, бакалаврський, магістерський, освітньо-науковий і науковий [5].
5. Сучасне оцінювання якості освіти, як правило, має елемент суб'єктивності та неадекватне вимогам ринку, причому предметом оцінювання не є компетентності студентів (уміння вирішувати професійні завдання, здібності до творчості і саморозвитку), а здатності їх до запам'ятовування вербально-формальних знань. Тому законодавство передбачило у Законі про вищу освіту створення Національного агентства по забезпеченню якості освіти та незалежних установ оцінювання освітніх програм (ст. 17 Закону). Безпосередній контроль якості освіти кожного студента та випускника делегований самому навчальному закладу (статті 10, 16 і 32 Закону) [5].
6. Не завжди є намагання сторін отримати адекватну вимогам ринку об'єктивну оцінку за результатами навчальної діяльності:
 - а) це не потрібно як викладачам, так і навчальному закладу тому, що від цього залежить оцінка їх роботи, набір і контингент студентів, а отже, і дохід вузу та зарплата викладачів;
 - б) це не потрібно студенту (зокрема, випускнику) так, як це підвищує його інтелектуальні та часові витрати на отримання диплома, який потрібен, на думку багатьох, тільки для працевлаштування.

7. Мотиви навчання у більшості студентів – отримання диплома, а не компетентності. Диплом необхідний як формальне підтвердження потенціалу здобувача на роботу, а його відсутність є перешкодою при отриманні посади в бюджетних організаціях і корпораціях.
8. Ні у бюджетних організаціях, ні в корпораціях, а тим більше у малого та середнього бізнесу немає ні інструментів, ні актуальної, надійної, релевантної та валідної системи оцінювання компетентності при відборі персоналу й оцінювання його професійної діяльності. Більш того, в ієрархічних структурах діє принцип найгіршого відбору, так як начальник підбирає підлеглих з більш низькими рівнями компетентності для збереження своєї стійкості в існуючій виробничій структурі.

Таким чином, вся система неорганізованого ринку праці не мотивує ні студента, ні фахівця до розвитку своєї компетентності. При цьому сформувалася глобальна соціально-економічна проблема. З одного боку, основним ресурсом сучасної ринкової економіки є людський (компетентності) та соціальний (взаємозв'язки) капітал. З іншого боку, вся система організації ринку праці та ринку освіти не стимулює людину до розвитку власних професійної компетентності та соціальних зв'язків. Величезні ресурси суспільства, що виділяються на освіту, використовуються неефективно. І суспільство, і суб'єкти ринку навіть не намагаються оцінити ефективність їх використання.

Ця глобальна проблема ринку послуг, пов'язаного з професійною освітою, змушує вузи до наступних дій [1]:

1) конкуруючи, знижувати витрати на отримання диплома для студента, а отже, знижувати якість освіти та людського капіталу;

2) зменшувати фінансування науково-дослідних робіт на вивчення ринку праці та потенційних компетентностей випускників. А це, у свою чергу, знижує ринкову привабливість і конкурентоспроможність ВТНЗ, що призводить до закриття державних і природному банкрутству приватних вузів.

Яка ж повинна бути стратегія вузів у сучасних історичних, майже ринкових умовах України?

Основною економічною проблемою ВТНЗ є відсутність необхідного попиту на їх випускників на регіональних ринках праці [8], причина якого полягає у **відсутності конкурентного ринку фахівців і ринку їх послуг**. Очевидно, що попит на послуги фахівців залежить від рівня конкуренції підприємств, яким необхідні фахівці, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств. При загальній монополізації ринків в Україні залишаються островці конкуренції на наступних ринках:

- побутових і ділових послуг;
- інтернет-продажу і прямих продажів;
- ремонтів і сервісу;
- ресторанного, туристичного та готельного бізнесу;
- торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами;
- медицини та оздоровлення;
- перевезень пасажирів і вантажів;
- сервісного або аутсорсингового (англ. *outsourcing*) обслуговування корпорацій (аутсорсинг – передача компанією частини її завдань або процесів стороннім виконавцям на умовах субпідряду).

Проте будь неорганізований ринок, тобто ринок без дотримання всіма його учасниками стандартів і правил, з часом перероджується в монопольний, оскільки його основні гравці, що мають економічну владу (офіційну чи кримінальну), використовують її для монополізації ринку, іноді імітуючи конкуренцію для споживача й офіційної влади. Що ж собою являє організований ринок? Які його цілі, ознаки і властивості?

Організований ринок (англ. organized market) – реально існуючий в певному місці ринок, де угоди між продавцями і покупцями здійснюються на підставі встановлених правил і процедур. Прикладом організованого ринку можуть служити фондові і товарні біржі.

Цілі організованого ринку наступні:

- захист конкуренції, тобто організація ринку за правилами її збережуваності;
- зниження трансакційних витрат на збір і обробку ринкової інформації, переговори та укладення договорів, контроль і юридичний захист їх виконання;
- залучення на ринок стійкого потоку замовників, насамперед, шляхом виконання попередніх функцій.

Ознаками організованого ринку є наявність:

- стандартів якості продуктів (товарів і послуг) і процесів їх просування та презентації;
- правил торгівлі та поведінки всіх учасників ринку;
- системи контролю та фонду гарантування (страхування) виконання договорів і дотримання стандартів і правил;
- третейського суду (суду для медіації та мирових угод);
- інформаційної системи ринку;
- організації постійних створених за правилами торгів;
- відкритого реєстру акредитованих фахівців і реєстру сертифікації їх послуг;
- організованого самоврядування ринком всіма його учасниками.

Властивості організованого ринку такі:

- майже ідеальна конкуренція, а отже, мінімальні ціни та максимальна якість продуктів;
- захищеність учасників ринку від недобросовісної конкуренції і недружніх поглинань;
- великий вибір і асортимент продуктів і комплекс послуг сервісу;
- гарантії якості продуктів і виконання договорів;
- потік замовлень і замовників на продукти (товари та послуги) учасників ринку, які забезпечуються комплексом вище перерахованих властивостей.

Розглянуті ознаки та властивості вписуються в модельний закон про саморегульовані організації [11], а досвід діяльності таких організацій, створених в Україні, підтверджує вище викладені ознаки і властивості [12].

Найважливішим трендом розвитку світової та регіональної економіки, основною ознакою постіндустріального суспільства є **домінування ринку послуг**. Мається на увазі послуги не тільки масові, а й особистісно орієнтовані та сервісні, в тому числі й інжинірингові та консалтингові. Основу виробництва цих послуг складають їх виконавці – фахівці. Якщо в товарному виробництві, в видобувних і переробних галузях основу виробництва становлять виробничі технології, машини і механізми, а робітники, що обслуговують складні машини, відносно легко керовані і

замінювані, то при вироблянні вищевказаних послуг, навпаки – машини обслуговують фахівців. Роль фахівців у вироблянні послуг стає домінуючою.

У виготовленому товарі його якість можна визначити за встановленими стандартами і правилами (міжнародні стандарти ІСО серії 9000, державні та галузеві стандарти, технічні умови тощо). А як визначити якість майбутньої послуги?

Очевидно, без визначення якості (характерологічних і споживчих властивостей послуги) важко визначити її ціну і ще важче продати її як продукт на вільному ринку. А без продажів бізнесу не існує, а економіка не працює. Тому актуальним стає питання визначення якості майбутніх послуг.

Якість послуг визначається, в основному, професійними компетенціями (сферами компетентностей) їх виконавця – фахівця. Тому найважливішим чинником розвитку ринку послуг є визначення професійних якостей, компетентностей виконавців за допомогою системи акредитації та сертифікації їх послуг. Для **акредитації фахівців та сертифікації їх послуг** необхідні не тільки правила і процедури, але й **стандарти** (заходи) якості послуг і компетентності фахівців. Також треба застосовувати інструментарій **кваліметрії** – наукової дисципліни, яка включає дослідження як кількісних, так і не кількісних методів вимірювання та оцінювання якості [13]. Зазначимо, що діагностика якості вищої освіти є структурним елементом у визначенні стандарту вищої освіти – сукупності норм, які визначають зміст вищої освіти, зміст навчання, засіб діагностики якості вищої освіти та нормативний термін навчання (П. 7, Ст. 1 Закону [5]).

Таким чином, виникає завдання розробки та затвердження стандартів якості послуг та організації процедури добровільної акредитації та сертифікації послуг фахівців.

Стандарти якості послуг є найважливішою ознакою і перевагою організованого ринку. Це інструмент оцінювання якості послуг, інструмент оцінювання конкурентів і цін на їхні послуги, а отже, і підвищення якості та зниження їх цін, тобто інструмент залучення потоку замовників послуг. Постійний потік замовників – це основна мета і конкурентна перевага організованого ринку. Тому в ньому зацікавлені всі учасники організованого ринку і, перш за все, виконавці – члени **саморегульованої організації** (СРО), тобто організації, яка самостійно регулює свій регіональний ринок. Іншими словами, СРО – це громадська організація, що створює організований ринок послуг.

СРО, професійні та бізнес-асоціації зацікавлені в стандартах, але розробка стандартів презентації послуг (стандартів якості відповідних послуг) – це дослідження, які зможуть провести наукові працівники відповідних ВНЗ або НДІ. Причому, ці стандарти необхідно не тільки розробити, а й щорічно удосконалювати, оскільки удосконалюються технології та інструменти, та й змінюються і самі послуги, адаптуючись до змін на ринку. Ці послуги з розробки та вдосконалення стандартів повинні оплачуватися СРО або їх комітетами з акредитації фахівців та сертифікації їх послуг. СРО повинні затверджувати ці стандарти і процедури, створювати і просувати систему акредитації та сертифікації, так як це є основою якості послуг всіх її учасників.

У відсутності загального закону про СРО в Україні можливо використання закону України 5025-17, 1556-18 «Про організації роботодавців, їх об'єднань, прав і гарантій їх діяльності», прирівнявши професіоналів до фізичних осіб підприємців (Ст. 1 цього закону). Ст. 26 цього закону надає можливість об'єднанням роботодавців

брати участь у розробці та затвердженні професійних стандартів і стандартів вищої освіти, в оцінюванні та підтвердженні кваліфікації фахівців.

Які мотиви фахівців для добровільного проходження та оплати процедури їх акредитації та сертифікації їх послуг? Організований ринок, що дає потік замовлень і доходів, приваблює всіх учасників ринку, особливо ринку послуг, інфраструктура якого перебуває в Україні на початковій стадії розвитку. Організований ринок не тільки забезпечує потік замовлень, але і захищає кожного його учасника від недобросовісної конкуренції, від недружніх поглинань, від невиконання договорів і платежів. Тому платою й умовою входження виконавця послуг на організований ринок є добровільна і платна акредитація фахівця і сертифікація його послуг.

Нині в Україні майже немає саморегульованих організацій, тим більше, організацій виконавців послуг. Є успішний зарубіжний та вітчизняний досвід їх діяльності, є суспільна потреба в їх створенні і розвитку, але немає поки в Україні закону про СРО і, найголовніше, немає стратегічних ініціаторів створення організацій виконавців послуг.

Хто може і повинен стати ініціатором створення СРО? Відповідь на це питання майже риторичне. Ініціаторами створення СРО повинні стати ті організації, які зможуть:

- розробляти й удосконалювати стандарти послуг фахівців;
- розробляти і затверджувати положення і регламенти акредитації та сертифікації;
- бути третейськими суддями в професійних суперечках;
- бути третьою стороною для всіх учасників ринку СРО;
- бути визнаним авторитетом для всіх учасників ринку СРО.

Цим критеріям можуть задовольняти провідні регіональні ВТНЗ. Вони і повинні стати ініціаторами створення СРО, які дозволять сформувати усталено розвиваючий, конкурентний й організований ринок послуг своїх випускників, а отже, і забезпечити стійкий перманентний попит на свої освітні та науково-дослідні послуги.

Провідні регіональні вузи мають:

- базу даних своїх випускників, які становлять більшість відповідних фахівців регіону – майбутніх учасників СРО;
- агентську базу для залучення фахівців в СРО – студентів;
- партнерські відносини з регіональними органами влади й управління, з основними підприємствами відповідних галузей регіону.

Першим кроком ініціації СРО має стати створення ініціативної групи, що складається із співробітників ВТНЗ та представників професійних або бізнес-асоціацій регіону. Завданнями цієї групи є:

- розробка статутних документів громадської організації СРО;
- структури реєстру і стандартів презентації її членів;
- умов і системи прозорості та просування цього реєстру на ринку праці і ринку послуг відповідних фахівців.

Стандарти презентації послуг дозволяють їх замовникові, у тому числі і роботодавцю, сформувати адекватні очікування від результатів якості послуг, від компетенцій фахівця. Якість продукту визначається як його відповідність очікуванням клієнта і стандартам, які встановлені експертами. Стандарт презентації

послуг передбачає і презентацію кваліфікації та компетентностей фахівця, його досвіду і репутації у клієнтів і колег – конкурентів і суміжників

Після затвердження стандартів презентації необхідно створення **реєстру фахівців** для просування їх та їхніх послуг на регіональному ринку. Реєстр фахівців дозволить замовнику послуг фахівців наступне:

- отримувати достовірну інформацію в їх презентаціях, так як основною функцією реєстру є перевірка саме достовірності та актуальності цих презентацій;
- не брати в штат фахівців, а використовувати їх на аутсорсингу, що істотно скоротить їх умовно постійні витрати та питомі витрати;
- своєчасно знайти необхідного фахівця з оптимальним співвідношенням ціни і якості його послуг.

Реєстр фахівців дозволить перейти:

- від найманої (невільної) праці до вільної праці на ринку послуг, зокрема до **фрілансу** (від англ. freelancer – вільний митець, вільний найманець, який сам шукає собі проекти, може одночасно працювати на декілька фірм, переважно з використанням Інтернет; зокрема, це людина, що займається самоосвітою);
- від продажу свого робочого часу до продажу продуктів своєї праці;
- від експлуатації себе, як найманого працівника, до експлуатації їм інфраструктури ринку;
- від неадекватної оплати його праці роботодавцем до доходу адекватному якості та кількості його послуг.

Звідси випливає, що реєстр має бути широко відомим і авторитетним в регіоні. Тому найважливішим маркетинговим завданням першого етапу повинні стати завдання якісного створення реєстру і просування його на регіональному ринку. Провідні регіональні ВТНЗ мають всі можливості для створення і просування цих реєстрів. Вони мають довіру споживачів і виконавців послуг до авторитетної третьої сторони для всіх учасників регіонального ринку.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє сформулювати наступні висновки:

- 1) регіональні ВТНЗ можуть розвивати суміжні ринки праці та фрілансу, які відповідають їх профілю;
- 2) основний шлях розвитку регіональних ВТНЗ в умовах ринку є створення на їх основі СРО, як основи організованого ринку їх послуг;
- 3) потрібно розробляти як адаптивну короткострокову стратегію розвитку ВТНЗ, так і довгострокову стратегію, яка перетворює суміжні ринки;
- 4) для сталого розвитку регіонального ВТНЗ необхідна інституціоналізація та розвиток ринку праці та послуг його випускників (інституціоналізація – процес визначення і закріплення соціальних норм, правил, статусів і ролей, приведення їх в систему, здатну діяти у напрямі задоволення деякої суспільної потреби);
- 5) має перспективи створення економічної та ринкової основи сталого розвитку не тільки самого ВТНЗ, а й суміжних ринків, в яких ВТНЗ буде відігравати роль суспільного інституту – експерта і законодавця.

Список використаної літератури

1. Хмелевская О.М. Основные трансформационные сдвиги в системе высшего образования / О.М. Хмелевская // Демография и социальная экономика. – 2014. – № 2(22). – Режим доступа: http://dse.org.ua/nomera_rus.html.
2. Концепція розвитку освіти в Україні на період 2015 – 2025 років. – Режим доступа: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT1078.html.
3. Титова Н.Л. Стратегии развития российских ВУЗов: ответы на новые вызовы: монография / Н.Л. Титова и др. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 668 с. – Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/_econifin/strategii_vuzov.pdf
4. Стратегия развития федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего профессионального образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» на 2013–2020 годы. – Режим доступа: <http://www.fa.ru/university/Pages/Strategiya>.
5. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII. – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/page>
6. Костюченко М.П. Реформування структури кваліфікацій на основі стандартів компетентності у професійній освіті / М.П. Костюченко // Педагогіка і психологія професійної освіти: наук.-метод. журнал. – 2010. – №3. – С. 139-152.
7. Аванесов В. Стратегия развития российского образования в XXI-ом веке / В. Аванесов. – Режим доступа: <http://viperson.ru/wind.php>.
8. Макарова Е.В. Образование в модернизированном обществе: цели и приоритеты для Украины / Е.В. Макарова // Демография и социальная экономика. – 2014. – №21. – Режим доступа: http://dse.org.ua/nomera_rus.html
9. Красильникова М.Д. Стратегии работодателей: кадры и образование / М.Д. Красильникова, Н.В. Бондаренко // Информационный бюллетень. – М.: НИУ ВШЭ, 2011. – 80 с. – Режим доступа: <http://ua.bookfi.org/book/803988>.
10. Дидкивская О.Г. Компетентностная модель конкурентоспособности выпускников учреждений системы профессионального образования / О.Г. Дидкивская // Демография и социальная экономика. – 2014. – №22. – Режим доступа: http://dse.org.ua/nomera_rus.html.
11. Модельный закон о саморегулируемых организациях (для стран СНГ). – Режим доступа: http://sro.su/index.php?option=com_content&task=view&id=87.
12. Всё о саморегулировании: информационный портал. – Режим доступа: http://www.all-sro.ru/sro_in_the_world/sro-v-ukraine.
13. Андрианов Ю.М. Квалиметрия в приборостроении и машиностроении / Ю.М. Андрианов, А.И. Субетто. – Л.: Машиностроение, 1990. – 216 с.

Стаття надійшла до редакції 18.11.2015

С.В. Охременко, М.П. Костюченко

Донецкий национальный технический университет

Рыночная стратегия развития высших учебных заведений Украины

В статье проанализированы проблемы стагнации высших технических учебных заведений (ВТУЗ) Украины, представлены основные методы разработки и примеры рыночных стратегий развития, основанные на традиционных для бизнеса методах адаптации к рынку. Предложена среднесрочная стратегия, основанная на адаптации смежных рынков труда и услуг соответствующих специалистов к новой институциональной роли ВТУЗ. Новая роль регионального ВТУЗ – это роль инициатора и организатора организованных рынков услуг саморегулируемых организаций профессионалов или работодателей региона.

Ключевые слова: стратегия развития ВТУЗ, организованный рынок услуг, саморегулируемые организации, стандарты качества услуг, профессиональные стандарты, аккредитация специалистов и сертификация их услуг, региональный реестр специалистов, институциональная роль ВТУЗ, организация и развитие смежных рынков.

S.V. Okhrimenko, M.P. Kostyuchenko

Donetsk National Technical University

The market strategy of development of higher educational institutions of Ukraine

The article analyzes problems of economic stagnation, technical universities of Ukraine, which are primarily the result of inadequate market demand policies and the quality of their services. We describe the prevailing theory and practice methods for the development and use of market development strategies of higher education institutions based on traditional business practices to adapt to the market. These strategies and their development methods do not provide the necessary market effects of conventional universities, and those institutions that use them are out of the competition, then there is a real and free markets. They are adapted to the non-market conditions, only simulating market strategies of enterprises.

The authors proposed a different strategy for the development of universities, which uses their new role in the post-industrial society, in the economy of knowledge and services. This refers to the medium-term strategy, which is based not only on adaptation to the market, but also on the adaptation of the labor markets and related professional services to the new role of universities.

The article suggests a new role for the regional high school as an initiator and co-founder of the organized service markets and self-regulatory organizations of professionals and / or employers in the region. Regulated Market, an example of which can be market, a market with minimal transaction costs (collection and processing of information on the negotiations and agreements on the control and support their implementation), with clear service standards and the rules of trading, with the guarantees of the quality of services and performance of contracts . In the creation of an organized market of services is seen as the leading role of universities development of service standards and trade regulations as the organizers of the system of accreditation and certification of specialists of their services.

For the design of the organized market of the first stage should be the creation and promotion of a regional roster of experts with their fair presentation, resume and portfolio, composed in accordance with the standards developed by the universities. Experts in the region, which are usually graduates of regional universities today are in need of promotion of services and will therefore be ready to create an organized market its services and its self-regulatory organizations, together with local and regional technical college.

Keywords: development strategy of higher technical education, organized by the services market, self-regulatory organizations, service quality standards, professional standards, accreditation and certification of specialists for their services, a regional roster of experts, the institutional role of higher technical education, organization and development of related markets.