

ПРО НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТЯНСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГ-ФУТУРОЛОГІЇ

©Юдіна Н.В., 2015

Економіка України суттєво погіршилася не тільки через синергію наслідків двох попередніх світових криз 2008-го і 2012-го, які вона пережила синхронно разом з економіками інших країн. Причини також пов'язані з українською політичною кризою і військовими подіями на Сході України. Така ситуація стала унікальною в історії України, що вимагає додаткового дослідження і пошуку як інноваційних інструментів, так і ресурсів для її подолання. Одним з таких інструментів повинні стати перш за все інтелектуальні ресурси країни, що в основному зосереджені і формуються у ВНЗ України. Отто фон Бісмарк говорив, що «війни виграють не генерали, а шкільні вчителі і приходські священики». Можливо, людство поки ще не до кінця оцінює, які за космічними масштабами «війни», у мирному розумінні цього терміну, можуть виграти викладачі дослідницьких ВНЗ.

Важливою необхідністю процесу формування у ВНЗ інтелектуального ресурсу країни, призначання якого має стати подолання наслідків сучасної військово-економічної кризи, є принципово нові підходи до підготовки фахівців. Це пов'язано з тим, що немає однозначної відповіді на питання, які саме галузі економіки стануть перспективними для України у довгостроковому майбутньому. Адже сьогоднішня глобалізована економіка світу увійшла в режими із загостреннями, при яких всі процеси, що оточують людство, прискорюються за законом експоненти [1]. Це означатиме занадто швидке пересування зон прибутку, що призводитиме до падіння прибутковості одних галузей і зростання перспективності інших, у тому числі таких інноваційних галузей, які поки навіть ще не отримали своїх назв, але їх появу вже прогнозують багато вчених.

По-перше, режими з загостреннями української економіки вимагають від ВНЗ підготовки універсальних і інтелектуально мобільних фахівців із універсальними знаннями, що дозволять їм бути спроможними працювати у різних галузях економіки, у тому числі і інноваційних. Однак такі сучасні вимоги породжують низку проблемних питань, які ВНЗ на рівні окремих факультетів і кафедр вже зараз повинні починати вирішувати. З одного боку, це потребуватиме впровадження у навчальні плани підготовки фахівців, незалежно від їх напрямку та спеціальності, таких дисциплін, як «Маркетинг» та/або «Футурологія», які дозволяють адаптувати будь-який ресурс до ринкових вимог як сучасності, так і майбутнього [2], а також сформувати ідеологію майбутнього суспільства [3]. Для більшості українських ВНЗ остання дисципліна відноситься до інноваційних і є широким міждисциплінарним поєднанням економіки, маркетингу, історії, кібернетики, математики, фізики та багатьох інших наук. В умовах режимів із загостреннями, що прискорюють зміни в економічному розвитку і, як наслідок, обумовлюють невизначеність пріоритетних галузей економіки України у майбутньому, головним призначенням дисципліни «Футурологія» є навчити майбутніх фахівців умінням самостійно передбачувати та виокремлювати економічні тенденції як України, так і світу в цілому. Це дозволить їм і підприємствам, де вони працюватимуть у майбутньому, бути готовими заздалегідь гнучко реагувати на будь-які економічні зміни у майбутньому суспільстві. Наприклад, нещодавно у України було прийнято проект Постанови ВР України №2219 від 24.02.2015 «Про створення Тимчасової спеціальної комісії Верховної Ради з питань майбутнього», діяльність якої пов'язана з визначенням напрямів та пріоритетів науково-технічного та інноваційного розвитку держави; опрацюванням моделей майбутнього розвитку, обґрунтуванням загальнодержавних (національних) і регіональних програм та прогнозів їх реалізації; підготовкою питань щодо стратегічного бачення розвитку України, а також щодо найбільш актуальних проблем держави і можливих шляхів їх вирішення та т. ін. [4]. Це свідчить про зростання актуальності застосування інструментів футурології навіть на рівні держави. Це пов'язано із тим, що прийняття управлінських рішень в ускладнених умовах повинні ґрунтуватися на результатах глибокого ситуативного аналізу факторів, що мають виходити далеко за межі традиційного маркетингового середовища, а також періоду часу, в який

приймається таке рішення [5]. З іншого боку, це потребує від ВНЗ забезпечення наявності універсальних викладачів дисциплін такого рівня, як «Футурологія». Одним із способів вирішення цієї проблеми є вільна міграція або навіть «віртуальна міграція» викладачів між ВНЗ. Під «віртуальною міграцією» у даному контексті розуміється обмін між ВНЗ авторськими дистанційними курсами викладачів, що вже мають такі дисципліни, орієнтовані на стратегічне передбачення майбутнього. Впровадження у навчальний процес підготовки фахівців різних спеціальностей різних ВНЗ також дистанційного формату викладання дисциплін «Маркетинг» і «Футурологія», які ВНЗ можуть замовляти ззовні у дослідницьких ВНЗ, є сучасною вимогою і ефективним інструментом забезпечення конкурентоспроможності випускників, а також можливістю швидкого масштабування сучасних знань і інструменту формування інтелектуального ресурсу на рівні економіки держави.

По-друге, майбутні фахівці повинні бути готовими навчатися протягом усього життя, щоб тим самим забезпечувати свою високу конкурентоспроможність на ринку праці. До речі, і ринок праці так само трансформуватиметься у майбутньому, і багато існуючих сьогодні професій надалі витіснятимуться роботами і комп'ютеризованими технологіями. Зокрема, в лондонському аеропорті вже замінили консультантів на голограми, в Дубаї - поліцейських на роботів, а лікарів і маркетологів поступово витіснятимуть технології штучного інтелекту [6]. Такі всесвітні тенденції свідчать про відсутність гарантій на довгострокову актуальність конкретних спеціальностей, за якими сьогодні навчаються майбутні фахівці. Подібні трансформації у суспільстві створюють для ВНЗ можливості для постійного впровадження нових дисциплін або навіть цілих комплексів дисциплін, адаптованих до вимог конкретного періоду у майбутньому. З нашої точки зору, з цієї причини ВНЗ важливо підтримувати комунікаційний зв'язок із своїми випускниками і постійно інформувати їх про подібні нововведення. Крім того, кожному ВНЗ для цього важливо мати свій центр підвищення кваліфікації, в якому б могли продовжувати навчання за конкретними програмами випускники. Таким чином, провідні ВНЗ України у своїй сукупності зможуть контролювати якість інтелектуального ресурсу країни і не віддавати процес його подальшого формування і удосконалення на «аутсорсинг».

1. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. *Основания синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомеры.* - СПб., 2002. - с. 38 – 39

2. Юдина Н.В. *Предпосылки футурологии в системе образования маркетологов // Социальная экономика.* - 2014. - № 1-2. – Вып. 48. – Харьков : ХНУ. - С.187-193.

3. Юдина Н.В. *Футурологическая идеология маркетинговой деятельности // Крымский экономический вестник.* – 2014.- №2 (09) апрель. – Симферополь: ТОВ «Видавничий дім «Гельветика». – С. 222-224.

4. *Постанова №2219 від 24.02.2015 «Про створення Тимчасової спеціальної комісії Верховної Ради з питань майбутнього».* – Режим доступу : w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=54161.

5. Юдина Н.В. *Футурологический прогноз роли маркетинга в условиях глобализации мировой экономики // Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы [Научное электронное издание] : материалы междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 10-11 апр. 2014 г. [Электронный ресурс] / Междунар. ун-т «МИТСО»; редкол.: Ю.Ю. Королев (гл.ред.) и [др.]. – Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. – 1 электрон. опт. диск. – С. 370 – 372.*

6. Юдина Н.В. *Футурологія глобалізації дистанційних курсів [Текст] / Н.В. Юдіна // Молодий вчений.* — 2015. — №2. — Режим доступу : molodyvcheny.in.ua/ua/archive/17.