

12. Ziman, J., 2003. 'Non-Instrumental Roles of Science', *Science and Engineering Ethics*, Vol. 9, Issue 1, P. 17-27.
13. Vatkovs'ka, MH., 2018. 'Samorealizatsiya osobystosti : sproba filososfs'koho uzahal'neniya (Self-Realization of the Personality : An Attempt at a Philosophical Generalization)', *Hileya, Vyp.134*, S. 261-264.

DOI 10.33930/ed.2019.5007.16(9)-2

УДК 37.018.38 -022.215

## ЕКСТЕРНАЛІЗАЦІЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ЯК ШЛЯХ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ДУАЛЬНОЇ ОСВІТИ

### EXTERNALIZATION OF EDUCATIONAL SERVICES AS A WAY TO REALIZING DUAL EDUCATION

О.П. Кивлюк, Г.В. Жукова

**Актуальність дослідження** обумовлена освітньою кризою яка продовжує загострюватися в Україні, не зважаючи на чисельні реформи, які перманентно впроваджує МОН України. Отже, реалії сьогодення вимагають від освітян пошук нових шляхів розвитку вищої освіти в контексті принципів міждисциплінарності, індивідуалізації, безперервності, свідомості у процесі навчання та дуальної освіти. Для будь-якого ЗВО актуальними завданнями у підготовці студентів є отримання ними високого рівня теоретичних та практичних знань, професійних компетентностей, умінь успішно адаптуватися в умовах швидкотемпових соціально-економічних змін та конкурентоспроможності на ринку праці.

**Постановка проблеми.** Реалізація дуальної освіти в Україні уможливорюється за рахунок не лише зусиль науково-освітніх інституцій, а й роботодавців, де екстерналізація освітніх послуг є

**Urgency of the research** is due to the educational crisis that continues to worsen in Ukraine, despite the numerous reforms that the Ministry of Education and Science of Ukraine is constantly introducing. Today's realities require teachers to search for new ways to develop higher education in the context of the principles of interdisciplinarity, individualization, sustainability, consciousness in the learning process and dual education. For any HEI, the urgent tasks in preparing students are to obtain a high level of theoretical and practical knowledge, professional competencies, and the ability to adapt successfully in conditions of rapid socio-economic changes and competitiveness in the labor market.

**Target setting.** The implementation of dual education in Ukraine becomes possible due not only to the efforts of scientific and educational institutions but also to employers, where the externalization

пріоритетним напрямом.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Проблематика екстерналізації освітніх послуг розглядалося в роботах Н. Бутенко, О. Даннікова, Е. Ібрагімова, М. Лукашук, Т. Оболонської, В. Пилипчука, Т. Серьогіної та інших.

**Постановка завдання.** Синтез міжгалузевих теоретико-емпіричних знань поняття “екстерналізація”, дозволить здійснити його аналіз в контексті теорії маркетингу послуг як такого, що притаманний характеристикам дуальної освіти.

**Виклад основного матеріалу.**

Просторово-часове поєднання навчання та професійної діяльності (стажування) в межах як ЗВО так і в галузевих промислових установах у співвідношенні 50% на 50% є ефективним та широко використовуваним у багатьох країнах ЄС та Північної Америки. Отже, дана концепція має бути в найближчий час реалізована в Україні за рахунок розробки освітніх технологій, тісної співпраці ЗВО та роботодавців, законотворців та управлінців, причому не тільки в межах освітньо-економічного простору України, а й в контексті глобалізаційних та євроінтеграційних процесів.

Екстерналізація освітніх послуг розглядається як шлях до реалізації дуальної освіти в Україні в контексті маркетингової концепції (“ззовні-всередину”), що характеризується появою нових форм та технологій публічно-сервісної діяльності.

**Висновки.** Дуальна освіта в Україні – це майбутнє освітньої галузі, а пошук ефективних та дієвих шляхів її впровадження, серед

of educational services is a priority.

**Actual scientific researches and issues analysis.**

The issue of externalization of educational services was considered in the works of: N. Butenko, O. Dannikov, E. Ibrahimov, M. Lukashuk, T. Obolonska, V. Pylypchuk, T. Serohina.

**The research objectives.** The synthesis of interbranch theoretical and empirical knowledge of the concept of “externalization” will allow its analysis in the context of the theory of marketing of services as such, which is characteristic of the characteristics of dual education.

**The statement of basic material.**

The space-time combination of training and professional activities (internships) within both HEI and branch industrial institutions in the ratio of 50% to 50% is effective and widely used in many countries of the EU and North America. Thus, this concept should be implemented in Ukraine in the near future through the development of educational technologies, close cooperation between universities and employers, legislators and managers, not only within the educational and economic space of Ukraine but also in the context of globalization and integration processes.

The externalization of educational services is seen as the path to the implementation of dual education in Ukraine in the context of a marketing concept (“from outside to inside”), characterized by the emergence of new forms and technologies of public service activities.

**Conclusions.** Dual education in Ukraine is the future of education, and the search for effective and efficient ways to implement it,

яких ми вбачаємо екстерналізацію освіти є пріоритетним.

**Ключові слова:** освіта, екстерналізація, освітні послуги, заклади вищої освіти (ЗВО), дуальна освіта, управління знаннями, теорія маркетингу послуг.

*among which we see the externalization of education as a priority.*

**Keywords:** education, externalization, educational services, HEI (Higher Education Institution), dual education, knowledge management, theory of service marketing.

**Актуальність дослідження.** Незважаючи на розпорядження Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2018 року № 660-р “Про схвалення Концепції підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти” та численних реформи, які проводить МОН України криза вищої освіти загострюється все сильніше.

“Завдання будь-якого ЗВО підготувати спеціаліста відповідної кваліфікації високого рівня, який би був конкурентноспроможний на ринку праці. Але статистика працевлаштування випускника ЗВО Україна за спеціальністю на жаль не втішна. Отже, соціально-економічні виклики сьогодення вимагають від освітян, науковців, управлінців, законотворців пошук нових шляхів розвитку вищої освіти серед яких ми виділяємо екстерналізацію освітніх послуг з акцентом на індивідуальність їх надання та принципу дуальної освіти” [3, с. 16].

**Постановка проблеми дослідження.** Поняття і явище “екстерналізація” є міжгалузевим та міждисциплінарним, тому проблема дослідження пролягає в тому, що впровадження дуальної освіти, яка є одним з напрямів реформування вищої освіти в Україні та на думку керманців МОН України може почати реалізовуватися не раніше як через 5 років, уможлиблюється за рахунок не лише зусиль науково-освітніх інституцій, а й роботодавців, де екстерналізація освітніх послуг є пріоритетним напрямом.

**Аналіз наукових досліджень.** “Екстерналізація послуг – маркетингова концепція розвитку послуг, послуги засновані на аутсорсингу, пов’язана з появою нових видів і форм сервісної діяльності. Аутсорсингова фірма бере на себе функції щодо надання послуги, задоволенню потреб, які до цього задовольнялися силами самої організації” [5]. Таке явище як екстерналізація освітніх послуг представлено в роботах Н. Бутенко [2], Е. Ібрагімова [6], Т. Оболонської [12], О. Даннікова, В.Пилипчука [14], Т. Серьогіної [15], М. Лукашук [7] та інших.

У більшості педагогічних наукових розвідок екстерналізація розглядається в контексті дистанційної освіти та як такий собі перехід від неформалізованого до формалізованого знання. “Під такою трансформацією знань розуміють описання тих умінь і навичок, які використовуються, або, наприклад, виведення з практичної діяльності закономірностей” [13]. Хоча, як відомо знання – це певний контент який сформований в результатів –науково-пізнавальної діяльності людини, що характеризується наступними складовими: актуальність, істинність, достовірність, обґрунтованість, доведеність, практична значимість тощо. “Тобто управлінське знання і класичне розуміння наукового знання дещо різняться. Отже екстерналізація – це один з 4-х процесів створення організаційних знань моделі (SECL) управління знаннями в контексті їх трансформацій” [3, с. 17].

З точки зору надання послуг, як економічної діяльності, освітні послуги – це двохсторонній процес, тобто це результат спільної праці викладача та студента, де якість послуги залежить не тільки від сукупності отриманих послуг, а й від бажання, здібностей, рівня відповідальності, працьовитості тощо самого споживача даних послуг. Даний напрям розглядався у дослідженнях М. Білоцерковець [1], О. Дзюби [4], Ю. Мельник [8], І. Наноки і Х. Такучі [10], Л. Нахоріної та О. Кравець [11], Я. Сікора [16] та інших.

**Завдання дослідження.** Синтез міжгалузевих теоретико-емпіричних знань поняття “екстерналізація”, дозволить здійснити його аналіз в контексті теорії маркетингу послуг як такого, що притаманний характеристикам дуальної освіти. Використовуючи підхід “ззовні всередину” освітні інституції мають підготувати такого фахівця, який задовольнив би потреби працедавця та самого споживача освітніх послуг. Тобто концепція маркетингового підходу дозволяє ЗВО “продукувати” те що потребує здобувач освіти, поєднуючи його потреби у навчанні з потребами ринку праці та як наслідок отримання суспільно-економічного “прибутку” – розвитку освіти, науки, економіки тощо.

**Виклад основного матеріалу.** “Дуальна освіти вимагає від ЗВО змін у змісті, формах, методах, засобах організації навчального процесу та наданні освітніх послуг, які б були затребуваними як споживачами так і роботодавцями. Екстерналізація послуг дозволяє більш якісно і в повній мірі задовольняти потреби споживачів, бо це



є явище якісного порядку, яке не є автоматичним переміщенням певної операції з одної сфери в іншу” [3, с. 17].

На думку Е. Ібрагімова, екстерналізація як спосіб трансформації знання характеризується “ініціюванням діалогу або колективним роздумом, що допомагають членам команди виразити своє неформалізоване знання і створити концептуальне знання у контексті технології менеджменту знань у стратегічному плануванні” [6, с. 62].

З огляду на модель (SECL) розроблену І. Нонака та Г. Такеучі [10], Л. А. Найдьонова стверджує, що “створення знання відбувається як спіраль знань у переходах соціалізації – екстерналізації – комбінації – інтерналізації і знову соціалізації на новому рівні. Модель описує процес виробництва знань в творчій спільноті в межах успішних інноваційно зорієнтованих організацій” [9, с. 177].

Р. Болбаков зазначає, що наразі неформальне знання стає нарівні із формальним, реалізуючись у комп’ютерно-інформаційних технологіях. Екстерналізацію він називає інформаційною конструкцією, відповідно чого у ній наявні сформовані і цілеспрямовані зв’язки. Елементи цієї структури мають “фокус усвідомлення” цілісності із часовими і просторовими відносинами. Екстерналізація, як інформаційна конструкція, це поняття, яке відображає інформаційну модель, є інформаційним об’єктом [17].

До інструментальних засобів процесу екстерналізації знання Я. Сікора відносить: інтернет системи (Intranetbased systems), інструменти для спільної роботи (Groupware), візуалізатори робочих процесів (Workflow), системи, засновані на штучному інтелекті (AI-based systems), портали знань [15, с. 232].

За словами Т. Серьогіної, “співвідношення між сферою послуг та сферою виробництва товарів не обмежується лише вимірюванням їхньої долі в ВВП країни. На сьогоднішній день спостерігається збільшення ролі послуг і в процесі виробництва, адже досить складно уявити собі такий процес без залучення додаткового ресурсу у вигляді послуг, зокрема проектні розробки, підготовка технічної документації, проведення досліджень (ринку попиту й т. і.) тощо. Такі послуги отримують все більшого поширення й забезпечують належний рівень процесу товаровиробництва, з економічної точки зору це отримало назву екстерналізація послуг” [15, с. 44].

Основу ефективного ринку освітніх послуг повинна становити система принципів її формування та реалізації. Особливою

складовою ефективності процесу надання освітніх послуг є конкурентоспроможність вітчизняної освіти на міжнародному ринку освітніх послуг. Обсяг інтернаціоналізованої торгівлі освітніми послугами швидко зростає завдяки розвитку телекомунікаційних, соціально-інформаційних мереж, прогресу в області інформаційних технологій, віртуалізації та електронної торгівлі. Інформаційно-комунікаційні технології та віртуалізація освітнього простору уможливають процес надання освітніх послуг в контексті просторово-часового виміру, індивідуалізації, диференціації тощо.

Послуги освіти відрізняються від інших нематеріальних послуг за своїми споживчими властивостями (споживчій вартості): вони задовольняють потреби особистості в духовному і інтелектуальному розвитку, придбанні певної спеціальності або кваліфікації. Такі потреби, втім, можуть бути в тій чи іншій мірі задоволені також на основі самоосвіти, в цьому випадку вони не реалізуються через освітні інституції.

Одне з поширених визначень послуг належить А. Сміту і полягає в тому, що послуги є “невловимими” товарами, споживаються і зникають безпосередньо в момент виробництва. На основі даного формулювання А. Сміт робить висновок, що, через “невідчутність”, послуги не мають довгострокової економічної цінності і не заслуговують на серйозний економічний розгляд. На його думку, послуги не реалізуються ні в яком у товарі, але мають свою вартість і заслуговують винагороди [19]. Хоча на наш погляд, з властивістю “не довгострокової економічної цінності” саме освітніх послуг можна і не погодитися, бо безцінність отриманих знань та навичок для кожною людини в певний момент часу є суто індивідуально-значимою, не говорячи про те, що рівень освіченості та рівень економічного розвитку суспільства є взаємозалежними явищами.

У новій освітній парадигмі мають бути враховані всі параметри управління освітою, розвитку креативної особистості, пошукові та навчально-виховні аспекти. У своїх дослідженнях М. Лукашук розкриває освітній елемент як підґрунтя будь-якої інноваційної діяльності. Екстерналізований світогляд і стиль мислення потребує концептуально-теоретичного осмислення та філософського аналізу задля впровадження у сучасну українську освіту інноваційних європейських технологій [7].

Відповідно нових інформаційних потреб, освіта орієнтується на “економіку знання”, охоплюючи соціальну, виробничу, економічну та філософську галузь. Будь-який процес передбачає високий рівень освіченості його монад, можливість вчитися впродовж усього життя і під час професійної діяльності [4, с. 180]. Враховуючи це, можемо стверджувати, що дефініції “система освіти”, “екстерналізація” та “інновація” є взаємопов’язаними. Тобто, освітня послуга трансформується у підвищення якості виробництва у вигляді більш освіченого працівника з його особистісними здібностями та уміннями, які реалізуються у його кваліфікації.

Т. Оболенська вбачає надання освітніх послуг у активній діяльності суб’єктів ринкових відносин, до яких відносяться “не тільки навчальні заклади як виробники освітніх послуг, а й споживачі (окремі особистості, підприємства, організації, фірми), широкі кола посередників (служби зайнятості, біржі праці, органи ліцензування і акредитації навчальних закладів та ін.), а також державні та суспільні структури, які мають відношення до просування освітніх послуг на ринок” [12, с. 5]. Залежно від організаційно-господарської форми, що визначає особливості і унікальність зовнішнього і внутрішнього середовища маркетингу, та чи інша організація сфери освітніх послуг формує власну маркетингову стратегію.

Інструментом ефективного керівництва освітніми послугами на ринку є маркетинг, який став невіддільною частиною освітнього менеджменту. Наразі діяльність вищої освіти України вкрай важко піддається методам експертного оцінювання із-за закритості інформації та відсутності достатнього досвіду для виявлення параметрів якості навчання. На думку В. Пилипчука та О. Даннікова, цінність освітньої послуги можна розрахувати за допомогою індексу задоволеності студентів ВНЗ (споживачів), куди входять “відповідність змісту програми очікуванням, відповідність навчання рівню програми, актуальність навчальних матеріалів тощо” [14, с. 27].

Д. Рікардо характеризує послуги як те, що людина виробляє для свого власного споживання або на продаж, нарівні з продуктами. Продукти купують за продукти чи послуги. Гроші є лише тією міркою, за допомогою якої здійснюється обмін. У вченні Д. Рікардо послуга невіддільна від товару, вартість якого складається із оплати

праці робітників і прибутку. На його думку, країни спеціалізуються на тих товарах і послугах, які у них є нижчими за вартістю [18].

Ю. Мельник транснаціоналізацію економіки розкриває як визначальний фактор розвитку міжнародного ринку послуг. Однією із основних характеристик світової економіки є поєднання інтернаціоналізації та екстерналізації, відповідно чого створюються альянси на ринку міжнародних послуг. На думку вченої, міжнародний ринок послуг – це система із сукупністю взаємопов'язаних елементів та частин [8, с. 7]. У міжнародному ринку послуг вагому частину займають освітні послуги, які є основним продуктом діяльності системи освіти.

Проблемою традиційної, психолого-орієнтованої освіти є протиріччя між досить високим рівнем засвоєння студентами предметних теоретичних знань і значними труднощами використання їх в практичній діяльності. Екстерналізація передбачає, що студенти засвоюють не окремі один від одного знання і вміння, а опановують комплексно, відповідно сукупності освітньо-практичних компонентів, що мають індивідуально-диференційований характер. Компетентнісний підхід акцентує увагу на результатах підготовки студентів до фахової діяльності. При цьому під результатом розуміється не засвоєна інформація, а здатність спеціаліста діяти в різних професійних ситуаціях, адекватно використовуючи отримані професійні знання і вміння [1].

Екстерналізація є одним із напрямів розвитку сфери освітніх послуг із кінця минулого століття. Основна тенденція до інформатизації і віртуалізації економіки спричинила екстерналізацію послуг, що наразі є характерним для організацій та підприємств, які нездатні нести високі витрати на утримання непрофільних обслуговуючих підрозділів із виконання освітніх функцій. Екстерналізації може заважати неусвідомленість наявності або цінності знань для особистості чи організації, хоча індивідуальний спосіб отримання освіти може бути результатом акумулювання і глибокої інтегрованості багаторічного практичного досвіду; низька мотивація до соціалізації і екстерналізації знань. Екстерналізація може виявитися небезпечною на індивідуальному рівні: ділячись знаннями, людина ризикує частково втратити свій вплив, владу, конкурентну перевагу і взагалі виявитися не потрібним організації. “Утворений попит на бухгалтерські, юридичні, маркетингові послуги стимулює розвиток ринку освітніх послуг, які



традиційно вважалися внутрішньо-фірмовими. Такі послуги надають як на разовій контрактній основі, так і на основі аутсорсингу” [11, с. 11].

Отже переходячи до розгляду поняття освітніх послуг можна стверджувати, що їх екстерналізація дозволить за рахунок індивідуалізації, диференціації, спеціалізації розширити та лінійно диверсифікувати кількість та якість освітніх послуг. Звернення цих послуг в бік потреб споживачів та роботодавців призведе до конкретизації і динамізації навчального процесу. Зрозуміло, що класична академічна освіта з точки зору формування світоглядних компетентностей може відповідним чином постраждати. Але при умові виважених та теоретично-обґрунтованих освітніх програм і технологій цього можна запобігти [3, с. 18].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Здійснивши пропедевтико-теоретичний аналіз проблематики екстерналізації освіти в контексті реалізації дуальної освіти в межах даної публікації можна стверджувати, що дуальна освіта в Україні – це майбутнє освітньої галузі, а пошук ефективних та дієвих шляхів її впровадження, серед яких ми вбачаємо екстерналізацію освіти є пріоритетним.

### Список використаних джерел:

1. Білоцерковець, МА., 2016. ‘Модель евристичного освоєння студентами теоретичних знань’, *Науковий вісник Херсонського державного університету, Педагогічні науки, Випуск LXIX*, С. 116–120.
2. Бутенко, НЮ., 2014. ‘Управління знаннями – складова реалізації стратегії діяльності організації’, *ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*, С. 211 – 215.
3. Вашкевич, ВМ., Кивлюк ОП., 2019. ‘Екстерналізація освіти як шлях до розвитку освіти’, *Концептуальні, методологічні та практичні проблеми соціальної філософії, філософії освіти та освітньої політики : Збірник матер. III міжнар. наук.-поп. конф. К. : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова*. С. 16-19.
4. Дзюба, ОО., 2018. ‘Філософський зміст інноваційних технологій в освіті’, *Дослідження проблем гуманітарної освіти*, С. 178–186.
5. Записки маркетолога, 2019. ‘Экстернализация услуг. Словарь терминов маркетинга : веб-сайт’. Доступно : <[http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/je/eksternalizatsiya\\_uslug/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/je/eksternalizatsiya_uslug/)> [Дата обращения 15 Апреля 2019].
6. Ібрагімов, ЕЕ., 2012. ‘Трансформація організаційних знань у системі стратегічного планування розвитку підприємства’. Доступно : <[http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13873/1/11\\_59-64\\_Vis\\_727\\_Menegment.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13873/1/11_59-64_Vis_727_Menegment.pdf)> [Дата звернення 10 Квітня 2019].

7. Лукашук, МА., 2018. 'Теоретико-методологічні засади дослідження інноваційних процесів в системі освіти', *Гуманітарний вісник ЗДІА, Випуск 729*. Доступно : <<http://vestnikzgia.com.ua/article/view/130612>> [Дата звернення 03 Травня 2019].
8. Мельник, ЮВ., 2008. 'Міжнародний ринок послуг в контексті транснаціоналізації економіки', *Автореф. дис. ... канд. економ. наук : 08.00.02*, К., 20 с.
9. Найдьонова, ЛА., 2007. 'Лабораторія психології масової комунікації та медіа освіти', *Культура народів Причорномор'я, № 120*. С. 176-178.
10. Нонака, И., Такеучи, Х., 2011. 'Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах', М. : ЗАО «Олимп Бизнес», 384 с.
11. Нохріна, ЛА., Кравець, ОМ., 2012. 'Ефективні комунікації : навч. посібник', *Харк. нац. акад. міськ. госп-ва, Х. : ХНАМГ*, 263 с.
12. Оболенська, ТЄ., 2002. 'Маркетинг у сфері освітніх послуг', *Автореф. дис. ... докт. економ. наук : 08.06.02*, Х., 32 с.
13. Освіта, 2018. 'Дистанційне навчання як воно є. MBA Strategy : веб-сайт'. Доступно : <<http://www.osvita.org.ua/distance/articles/16/>> [Дата звернення 17 Квітня 2019].
14. Пилипчук, В., Данніков, О., 2009. 'Маркетингове забезпечення якості освітніх послуг', *Маркетинг в Україні, № 4*, С. 22–28.
15. Серьогіна, ТВ., 2018. 'Сучасні світові тенденції розвитку сервісної сфери та їх вплив на систему надання публічних послуг', *Аспекти публічного управління, Т. 6, № 8*, С. 42–48. (DOI : <https://doi.org/10.15421/151845>).
16. Сікора, ЯБ., 2017. 'Інструментальні засоби для реалізації управління знаннями в електронному навчанні', *Актуальні питання сучасної інформатики, № 3*, С. 231 – 233.
17. Bolbakov, RG., 2016. 'Tacit Knowledge as a Cognitive Phenomenon', *European Journal of Technology and Design, Vol.(11)*. P. 4–12.
18. Ricardo, D., 1951. 'The Works and Correspondence of David Ricardo', *Cambridge University Press, Cambridge*, 512 p.
19. Smith, A., 1976, 1759. 'The Theory of Moral Sentiments', Oxford : *Clarendon Press*, 322 p.

### References:

1. Bilotserkovets', MA., 2016. 'Model' evrystychnoho osvoyennya studentamy teoretychnykh znan' (A model of Heuristic Mastering by Students of Theoretical Knowledge)', *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu, Pedagogichni nauky, Vypusk LXIX*, S. 116–120.
2. Butenko, NYU., 2014. 'Upravlinnya znannyamy – skladova realizatsiyi stratehiyi diyal'nosti orhanizatsiyi (Knowledge Management Is a Component of the Strategy Implementation of the Organization)', *DVNZ «Kyyivs'kyu natsional'nyy ekonomichnyy universytet imeni Vadyma Het'mana»*, S. 211 – 215.
3. Vashkevich VM., Kyvliuk OP., 2019. 'Eksternalizatsiya osvity yak shlyakh do rozvytku osvity', *Kontseptual'ni, metodolohichni ta praktychni problemy sotsial'noyi filosofiyi, filosofiyi osvity ta osvith'oyi polityky :*

- Zbirnyk mater. III mizhnar. nauk.-pop. konf. K. : Vyd-vo NPU imeni M.P. Drahomanova. S. 16-19.*
4. Dzyuba, OO., 2018. 'Filosofs'kyy zmist innovatsiynykh tekhnolohiy v osviti (The Philosophical Content of Innovative Technologies in Education)', *Doslidzhennya problem humanitarnoyi osvity*, S. 178–186.
  5. Osvita, 2018. 'Dystantsiynе navchannya yak vono ye. MBA Strategy : veb-sayt (Distance Learning as It Is. MBA Strategy : A Website)'. Dostupno : <<http://www.osvita.org.ua/distance/articles/16/>> [Data zvernennya 17 Kvitnya 2019].
  6. Ibrahimov, EE., 2012. 'Transformatsiya orhanizatsiynykh znan' u systemi stratehichnoho planuvannya rozvytku pidpryyemstva (Transformation of Organizational Knowledge in the System of Strategic Planning of Enterprise Development)'. Dostupno : <[http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13873/1/11\\_59-64\\_Vis\\_727\\_Menegment.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13873/1/11_59-64_Vis_727_Menegment.pdf)> [Data zvernennya 10 Kvitnya 2019].
  7. Lukashuk, MA., 2018. 'Teoretyko-metodolohichni zasady doslidzhennya innovatsiynykh protsesiv v systemi osvity (Theoretical and Methodological Foundations for the Study of Innovative Processes in the Education System)', *Humanitarnyy visnyk ZDIA, Vypusk 729*. Dostupno : <<http://vestnikzgia.com.ua/article/view/130612>> [Data zvernennya 03 Travnya 2019].
  8. Mel'nyk, YuV., 2008. 'Mizhnarodnyy rynek posluh v konteksti transnatsionalizatsiyi ekonomiky (International Market for Services in the Context of Transnationalization of the Economy)', *Avtoref. dys. ... kand. ekonom. nauk : 08.00.02, K., 20 s.*
  9. Nayd'onova, LA., 2007. 'Laboratoriya psykholohiyi masovoyi komunikatsiyi ta media osvity (Laboratory of Psychology of Mass Communication and Media Education)', *Kul'tura narodov Prychernomor'ya, № 120. S. 176-178.*
  10. Nonaka, I., Takeuchi, KH., 2011. 'Kompaniya – sozdatel' znaniya. Zarozhdeniye i razvitiye innovatsiy v yaponskikh firmakh (The Company Is the Creator of Knowledge. The Origin and Development of Innovation in Japanese Firms)', M. : ZAO «Olimp Biznes», 384 s.
  11. Nokhrina, LA., Kravets', OM., 2012. 'Efektyvni komunikatsiyi : navch. posibnyk (Effective Communication : A Tutorial)', *Khark. nats. akad. mis'k. hosp-va, Kh. : KHNAMH, 263 s.*
  12. Obolens'ka, TYe., 2002. 'Marketynh u sferi osvitnikh posluh (Marketing in the Field of Educational Services)', *Avtoref. dys. ... dokt. ekonom. nauk : 08.06.02, Kh., 32 s.*
  13. Pylypchuk, V., Dannikov, O., 2009. 'Marketynhove zabezpechennya yakosti osvitnikh posluh (Marketing Quality Assurance of Educational Services)', *Marketynh v Ukrayini, № 4, S. 22–28.*
  14. Ser'ohina, TV., 2018. 'Suchasni svitovi tendentsiyi rozvytku servisnoyi sfery ta yikh vplyv na systemu nadannya publichnykh posluh (Current World Trends in the Development of the Service Sector and Their Impact on the Public Service Delivery System)', *Aspekty publichnoho upravlinnya, T. 6, № 8, S. 42–48. (DOI : DOI : <https://doi.org/10.15421/151845>).*

15. Sikora, YAB., 2017. 'Instrumental'ni zasoby dlya realizatsiyi upravlinnya znannyamy v elektronnomu navchanni (Tools for Implementing Knowledge Management in E-Learning)', *Aktual'ni pytannya suchasnoyi informatyky*, № 3, S. 231 – 233.
16. Zapiski marketologa, 2019. 'Eksternalizatsiya uslug. Slovar' terminov marketinga : veb-sayt (Externalization of Services. Glossary of Marketing Terms : Website)'. Dostupno : <[http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/je/eksternalizatsiya\\_uslug/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/je/eksternalizatsiya_uslug/)> [Data obrashcheniya 15 Aprelya 2019].
17. Bolbakov, RG., 2016. 'Tacit Knowledge as a Cognitive Phenomenon', *European Journal of Technology and Design*, Vol.(11). P. 4–12.
18. Ricardo, D., 1951. 'The Works and Correspondence of David Ricardo', *Cambridge University Press*, Cambridge, 512 p.
19. Smith, A., 1976, 1759. 'The Theory of Moral Sentiments', Oxford : *Clarendon Press*, 322 p.

DOI 10.33930/ed.2019.5007.16(9)-3

УДК 316.286:37.091.2

## КОМУНІКАТИВНА ПАРАДИГМА В РЕФЛЕКСІЯХ НАВЧАЛЬНО-ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

### COMMUNICATIVE PARADIGM IN REFLECTIONS OF THE EDUCATIONAL PROCESS

А. В. Сакун

**Актуальність теми дослідження.** Сьогодні знання вважається сферою, в якій можна одержати відповіді на всі виклики сьогодення. Перетворившись на важливий фундамент сучасної епохи, знання включають в себе інновації інфосоціуму, перетворюючись на простір, поза яким вже не можуть існувати суспільство і людина. Це простір суспільства, заснованого на знаннях.

**Постановка проблеми.** Трансформація загальних умов інфосоціуму приводить до появи нових методологічних рефлексій, побудованих на інформаційно-комунікативних технологіях сучасності. Зміна способів отримання інформації та знання,

**Urgency of the research.** Today, knowledge is considered an area in which you can get answers to all the challenges of our time. Having turned into an important foundation of the modern era, knowledge includes the innovations of the infosocium, turning into space beyond which society and man can no longer exist. This is the space of a knowledge-based society.

**Target setting.** The transformation of the general conditions of the infosocium leads to the emergence of new methodological reflections built on the information and communication technologies of our time. A change in the methods of obtaining information and