

Гирка Ірина,
*кандидат педагогічних наук,
викладач кафедри інформатики
Комунального закладу «Харківська
гуманітарно-педагогічна академія»
Харківської обласної ради*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ СТРАТЕГІЙ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОВІДНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ КРАЇН ЄВРОПИ В МІЖНАРОДНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Анотація. У статті проаналізовано та визначено методологічні підходи до аналізу стратегій позиціонування провідних університетів країн Європи в міжнародному інформаційному просторі. Автор приходить до висновку, що порівняльно-педагогічний аналіз стратегій позиціонування провідних університетів країн Європи в міжнародному інформаційному просторі необхідно проводити з урахуванням таких методологічних підходів, як системний, синергетичний, стратегійний та критеріально-комплексний.
Ключові слова: позиціонування, методологічні підходи, стратегія, провідні університети.

Постановка проблеми у загальному вигляді. При дослідженні стратегій позиціонування провідних університетів країн Європи в МІП необхідно системно аналізувати діяльність освітніх систем даних університетів, враховуючи їх специфічні особливості, що можливо зробити застосовуючи системний, синергетичний, стратегічний, соціально-маркетинговий методологічні підходи.

У зв'язку з цим, зроблено спробу, з позицій методології системного підходу, осмислити роль даної наукової розвідки в розумінні сучасних інтеграційних трансформацій в освіті, зосереджуючись не на окремому досвіді однієї країни, а на вивченні загальних параметрів із метою покращення якості освіти ЗВО, задля підвищення місця в міжнародному інформаційному освітньому просторі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз психолого-педагогічних джерел свідчить про те, що окремі аспекти методології порівняльної педагогіки досліджували Н. Гетьманцева., С. Гончаренко, О. Локшина, А. Сбруєва, П. Сікорський, А. Харківська, Є. Хриков, Г. Щука та інші.

Виклад основного матеріалу

Для ефективного аналізу стратегій позиціонування провідних університетів країн Європи в міжнародному інформаційному просторі необхідно використовувати такі підходи: системний, синергетичний, стратегічний, критеріально-комплексний.

Системний підхід – один із головних напрямків методології спеціального наукового пізнання та соціальної практики, мета і завдання якого полягають у дослідженнях певних об'єктів як складних систем. Системний підхід сприяє формуванню відповідного адекватного формулювання суті досліджуваних проблем у конкретних науках і вибору ефективних шляхів їх вирішення[11].

На доцільності використання системного підходу у порівняльно-педагогічних наукових дослідженнях наголошували В. Абрамов, В. Беспалько, І. Блауберг, Л. Ваховський, Т. Ільїна, А. Харківська, Є.Хриков та виділяли наступні сутнісні характеристики системи, як: наявність сукупних елементів, кожен з яких є мінімальною одиницею, що має границю подільності в межах цієї системи; наявність певних зв'язків і відношень між елементами системи; функціонування системи та її властивості зумовлені її структурною специфікою; наявність в системі певного рівня цілісності, тобто внутрішніх інтегративних якостей, що виникають внаслідок взаємодії її елементів; наявність спільної структури, яка об'єднує всі елементи системи і забезпечує повну присутність названих елементів та узгодженість всіх їхніх функцій; наявність зв'язків з іншими системами; цілеспрямованість системи, тобто її націленість на вирішення якоїсь (у нашому випадку – соціально-педагогічної) проблеми[1].

Системний підхід є підґрунтям для здійснення системного аналізу стратегій позиціонування провідних університетів країн Європи в МПП.

В. Абрамов та В. Арутюнов у дослідженні «Методологія системного підходу та наукових досліджень» наголошують, що «Головне у системному аналізі – це забезпечення ефективної взаємодії людини (суб'єкта пізнання) з реальною інсуючою системою (об'єктом). Це досягається перетворенням складних завдань на прості, важкої проблеми на – на чітку серію задач, що мають рішення» [1, с.13].

А. Харківська у монографії «Теоретичні та методичні засади управління інноваційним розвитком педагогічного ВНЗ» доводить, що «системний аналіз призначений для вирішення так званих проблем зі слабо структурованими системами, що містять як якісні, так і кількісні елементи, причому якісні, маловідомі й невизначені проблеми мають тенденцію домінувати. Об'єктами системного аналізу в управлінні є процеси підготовки та прийняття рішень, різні проблеми, що виникають під час створення, функціонування та управління інноваційним розвитком ВНЗ. Системний аналіз має допомогти при визначенні функцій та методів, які використовуються при управлінні інноваційним розвитком педагогічного ВНЗ, але педагогічний ВНЗ як об'єкт управління істотно відрізняється не тільки від будь-якої організації, а навіть від інших освітніх закладів, хоча це також освітній заклад» [14, с. 102].

У межах нашого дослідження системний підхід було використано для системного аналізу сильних та слабких сторін стратегій позиціонування провідних університетів країн Європи використовуючи карту перцепцій; виявлення властивостей даних стратегій, при цьому досліджуваний об'єкт ми розглядали як унікальну систему взаємопов'язаних складових, яка не є тотожною з іншими ЗВО; має взаємозв'язок із зовнішнім та внутрішнім середовищем; реагує на позитивні та негативні чинники, які впливають на процес позиціонування університету та має свою специфіку брендингу, що направлена на досягнення мети даного процесу.

Враховуючи все вищезазначене стратегію позиціонування провідних університетів країн Європи будемо (об'єкт) розглядати як систему і, одночасно, як елемент більш великої системи, наприклад стратегія діяльності ЗВО.

Компаративний аналіз позиціонування провідних університетів країн Європи в МПП з позиції даного підходу дозволить:

1. здійснити ґрунтовний порівняльний аналіз даних стратегій (системно-компаративний підхід);
2. виокремити загальну мету та конкретні цілі стратегій позиціонування провідних університетів країн Європи в МПП (системно-стратегічний підхід);
3. визначити конкретно наукові підходи, які необхідно використовувати для обґрунтування теоретико-методологічних основ дослідження (системно-методологічний підхід);
4. визначити мету, завдання, методику дослідження (системно-методичний підхід);
5. виявити закономірності, визначити принципи та функції досліджуваного процесу (системно-дидактичний підхід);
6. виділити компоненти, що характеризують дану систему (системно-компонентний аналіз);
7. виявити інтегративні системні властивості та якісні характеристики (системно-інтегруючий підхід);
8. виявити існуючі внутрішні зв'язки та взаємовідносини між компонентами даної системи (системно-внутрішньо комунікативний підхід);
9. виявити зв'язки із зовнішнім середовищем (системно-зовнішньо комунікативний підхід);
10. з'ясувати найбільш вагомі, специфічні параметри позиціонування провідних університетів країн Європи в МПП (системно-параметричний підхід);

11. систематизувати отриману інформацію, зробити умовиводи та з'ясувати напрями подальшого розвитку позиціонування провідних університетів України (системно-перспективний підхід)

У сучасному науково-педагогічному просторі поширюється обґрунтування доцільності використання методології синергетики, яка направлена на визначення загальних ознак розвитку й самоорганізації складних, відкритих, нелінійних систем.

В. Вірченко та А. Кузьменко [3] дають наступне визначення: «Синергетика – це новий міждисциплінарний науковий напрям, який вивчає закономірності виникнення, формування і розвитку систем, для яких є характерними відкритість, самоорганізація та нелінійність».

Синергетична парадигма сучасної освітньо-педагогічної діяльності має спиратися на загальнонаукову тенденцію використання синергетики як методології в розвитку різних галузей наукового знання, оскільки поєднує два найбільш актуальних підходи – холізм і системність. Використання термінології синергетики у філософсько-освітньому і педагогічному полі дозволяє осмислити спільні для різних галузей знань загальні процеси [13] розпізнати в них нові смисли, досягнути перспективу розвитку нового педагогічного знання

О. Попова у книзі «Становлення і розвиток інноваційних педагогічних ідей в Україні у ХХ столітті» доводить, що синергетичний підхід ґрунтується на таких положеннях: складно організованим системам не можна нав'язувати шляхи розвитку, а необхідно сприяти їхнім власним тенденціям розвитку; хаос може бути конструктивним джерелом, з нього може народжуватися нова організація системи; у певні моменти нестабільності невеликі збурення можуть мати макронаслідки й розвиватися в макроструктурі. За цих умов дії однієї конкретної особи можуть впливати на макросоціальні процеси; для складних систем існує кілька альтернативних шляхів розвитку, але на певних етапах еволюції проявляє себе певна переддетермінованість розгортання процесів, і теперішній стан системи визначається не тільки її минулим, а й майбутнім,

наступним порядком; складно організована система вбирає в себе не лише простіші структури й не є звичайною сумою частин, а й породжує структури різного віку в єдиному темпосвіті; з урахуванням закономірностей та умов перебігу швидких, лавиноподібних процесів і процесів нелінійного саморозвитку систем можна ініціювати ці процеси шляхом управлінських дій людини [8].

В. Паламарчук [7, с. 68–69] зазначає, що «закони синергетики стосуються й педагогічної розробки інноваційних процесів. Хоч ми й не можемо передбачити, якими будуть ті конкретні нові явища, що виникнуть після проходження складної системи через нестаціонарний стан, але передбачення їх розвитку можна зробити на спрощеній моделі».

Проаналізувавши праці вище цитованих науковців можна дійти висновку, що врахування синергетичного підходу дозволить вийти за межі порівняльного аналізу традиційних теорій управління ЗВО в площину компаративного аналізу варіативних управлінських та інноваційних стратегій позиціонування університетів; передбачати можливість декількох шляхів розвитку даної стратегії, розуміючи, що ефективна стратегія позиціонування має враховувати нестабільності (можливість зміни умовного стану порядку на умовний стан хаосу), між якими розташовуються проміжні фази переходу до хаосу (загибелі структури) і виходу з хаосу (самоорганізації), а досягнення її мети можливе в стані відносної рівноваги, тобто гомеостатичності - підтримка програми функціонування системи в деяких рамках.

Діалектичне розуміння використання синергетичного підходу до аналізу стратегій позиціонування провідних університетів Європи в МПП сприятиме здійсненню об'єктивної оцінки ефективності даних стратегій, через розуміння того, що немає однозначної залежності будь то обсяг вступників/випускників ЗВО, запити роботодавців, думка суспільства тощо від кожного (або окремо взятого) компонента структури стратегії позиціонування (будь то проведення Днів відкритих дверей, концертна

діяльність або зв'язки з громадськістю), яка більшою мірою направлена на забезпечення бажаного результату.

Спеціальні заходи, які пов'язані зі стратегією позиціонування ЗВО характеризуються своєю неповторністю (при повторному проведенні даний захід має інші умови, які не повторюються з минулими). Все це підтверджує, що процес позиціонування має властивості нерівноваги (залежність параметрів процесу від часу і простору), нелінійності (залежність параметрів позиціонування від інших факторів) і відкритості (обмін інформацією між університетом та МПП).

Якщо в стратегії позиціонування ЗВО враховані ресурси кожного компоненту, то вона є ефективною й ми спостерігаємо синергетичний ефект, коли загальний результат впровадження даної стратегії більше ніж результат арифметичної суми компонентів її структури.

Врахування синергетичного підходу дозволило виявити, проаналізувати та порівняти чинники, а також впливи внутрішнього та зовнішнього середовищ на діяльність університету, що вимагають змін у структурі стратегії позиціонування відкритої системи ЗВО для підвищення її ефективності (наприклад зміна місця проживання видатного вченого, призводить до зміни місця роботи, при виборі якої вчений орієнтується на провідні стратегічні цілі університету, щоб вони співпадали з його колом наукових пошуків або постійне розширення інформаційного простору університету виводить педагогічну систему й освітній процес із стійкої рівноваги тощо).

На жаль, зовнішні зміни, які впливають на розвиток університету-точки нестійкості (біфуркації), в яких система стає відкритою важко скерувати, адже їх вплив зумовлює: можливість появи ситуації невизначеності та багатоваріантного розвитку стратегії позиціонування; розробку нової або модифікацію існуючої стратегії; визначення чи переосмислення цілей діяльності тих чи інших структурних підрозділів ЗВО, що з позицій синергетичного підходу зорієнтувало нас на аналіз колективної взаємодії всіх

елементів структури досліджуваного процесу з урахуванням їх взаємозв'язків, обміну інформацією тощо це в свою чергу зумовлює їх цілісність й ефективність.

Також, ситуація невизначеності доводить, що вибір конкретного плану дій може привести до будь-якого результату з безлічі варіантів. В цьому випадку спрацьовує «ефект метелика», коли певний фактор або дія (біт додаткової інформації, емпіричний факт, висновки експериментального дослідження, думка будь-якої особи тощо) призводить до необхідності розробки зовсім іншої стратегії позиціонування, у зв'язку зі зміною картини світу.

У книзі «Ефективний бренд-менеджмент» П. Темпорал обґрунтував доцільність використання стратегічного підходу при аналізі стратегії позиціонування, які базуються на емоціях та емоційних цінностях, властивих цільовим споживачам: за використанням характеристик та атрибутів товару, відмінностей і переваг; на основі вигод, очікуваних споживачем; на основі пропозиції вирішення проблеми; на основі відмежування від конкурентів; на основі іміджу компанії; на основі доречності використання в певних ситуаціях, у певний час, певним чином; на основі типу цільового користувача; на основі характеру устремлінь споживачів; на основі належності до суспільного руху; на основі цінностей (співвідношення ціна/якість або емоційні цінності); на основі чистих емоцій; на основі індивідуальності; на основі оголошення себе «№1» [9].

Врахування стратегічного підходу до аналізу стратегій позиціонування провідних університетів країн Європи в МПП сприяло розумінню необхідності: визначення стратегічних цілей для підвищення конкурентоспроможності й існуючих позицій ЗВО; адаптації даних стратегій до змін зовнішнього середовища та планування, розробку програми спеціальних заходів й організацію специфічних дій, які відповідають даним умовам, задля поширення власних конкурентних переваг тощо.

У зв'язку з черговою глобальною економічною кризою, що розпочалася у 2008 році відбулися кардинальні зміни в соціально-економічних умовах розвитку європейської вищої освіти. Аналізуючи дані зміни в цілому з'ясовано, що вони поглибили процеси її децентралізації й сприяли пошуку механізмів адаптації до сучасних ринкових вимог.

На споживчих ринках, до яких відноситься й ринок освітніх послуг, конкурентоспроможність університету залежить, у тому числі, й від відповідної стратегії позиціонування та рівня маркетингу в ЗВО. Розуміння необхідності використання маркетингового підходу (як значного внутрішнього ресурсу) при розробці даних стратегій доведено в наукових доробках Т. Амблера, М. Портера, А. Саржента, А. Суббето, Т. Сорочан, Я. Малихіної, М. Мескона, Ф. Котлера та інших.

О. Саніна та Т. Кушнір ґрунтуючись на дослідженнях Б. Браніча наголошують на нерозривному зв'язку освітніх процесів та розвитку маркетингу на ринку освітніх послуг, а це, своєю чергою, актуалізує дослідження освітньої галузі під призмою методології маркетингового підходу [10].

Врахування соціально-маркетингового підходу в даному дослідженні сприяло багатоаспектному осмисленню досягнень провідних університетів Європи в цілому (місця у міжнародних та національних рейтингах, які є надто популярними серед студентів та їх батьків) та аналізу: специфічних дій, які використовують дані університети у процесі вивчення ринку потреб споживачів освітніх послуг; комплексу запропонованих ЗВО освітніх послуг.

Методологія використання синергетичного підходу, в рамках нашого наукового дослідження, пов'язана з методологією соціально-маркетингового підходу, так як невизначеність деяких показників (кількість вступників на наступний рік, кількість відвідувачів спеціальних заходів, мінливість ціноутворення, кількість надрукованих або цитованих статей у світових наукометричних базах тощо) ускладнює прийняття рішень адміністрацією щодо політики позиціонування університету, але такі ж невизначеності

наявні в конкурентів. Врахувавши методологію соціально-маркетингового підходу адміністрацію університету може знижувати невизначеність шляхом проведення соціально-маркетингових досліджень для отримання додаткової інформації.

Отже, невизначеність необхідно враховувати при виборі стратегії університету в цілому так і стратегії позиціонування зокрема.

Погоджуючись з висновками, зробленими Є. Хриковим, щодо доцільності визначення методологічних підходів до галузі 01 Освіта /Педагогіка та враховуючи специфіку даного дослідження наступним нами було обрано загальнонауковий критеріально-комплексний підхід.

Т. Сич у статті «Методологічні підходи до аналізу розвитку методології дослідження проблем управління освітою в історії вітчизняної педагогічної науки» ґрунтуючись на дослідженнях Є. Хрикова, О. Адаменко, В. Курили та інших [6] зазначає, що «в якості методологічного підходу до аналізу й оцінки розвитку методології дослідження проблем управління освітою у вітчизняній історії педагогічної науки використовується критеріально-комплексний підхід який полягає в розробці, обґрунтуванні й використанні в ході дослідження системи критеріїв для оцінки досліджуваного явища, забезпечує детальний, якісний та об'єктивний його аналіз та допоможе: системно вивчити всі сторони, складові методології дослідження проблем управління освітою; простежити поступовий розвиток методології дослідження проблем управління освітою у вітчизняній історії педагогічної науки; визначити моменти переходу методології дослідження проблем управління освітою у вітчизняній історії педагогічної науки до іншого рівня розвитку в залежності від змін наукових парадигм, які характеризують певну етапність цього процесу; здійснити порівняльний аналіз цих етапів із метою виділення особливостей кожного з періодів; визначити тенденції подальшого розвитку методології дослідження проблем управління освітою в Україні [12].

Вивчення загально педагогічної та спеціальної літератури щодо теми наукової розвідки дозволило дійти висновку, що найчастіше даний підхід використовується в сферах економіки та управління.

«Критеріально-комплексний підхід до досягнення висунутих промисловим підприємством цілей за рахунок поєднання зусиль всіх його підрозділів. Практика функціонування промислових підприємств показує, що запорукою ефективності системи управління маркетинговою діяльністю є критеріально-комплексний підхід, який здатний забезпечити якісні зміни у виробництві та збуті продукції.» [4].

Для з'ясування сутності використання критеріально-комплексного підходу до аналізу стратегії позиціонування провідних університетів країн Європи в МПП процитуємо А. Гаміє, яка розглядала застосування критеріального підходу для методичного забезпечення вибору стратегії організаційного розвитку підприємства.

«Критеріальний підхід до обраної стратегії дозволяє оцінити її доцільність, простоту реалізації (можливість повного фінансування), очікувану ефективність тощо; методи фінансово-економічного аналізу.

Таким чином, використання критеріально-комплексного підходу, в межах започаткованої наукової розвідки: зорієнтувало нас на встановлення детермінант, визначення параметрів, які характеризували якісні зміни досліджувальних процесів; передбачало врахування зовнішніх та внутрішніх чинників, які впливають на ефективність стратегій позиціонування провідних університетів країн Європи в МПП; дозволило порівняти стратегії позиціонування досліджуваних ЗВО за встановленими детермінантами й визначеними параметрами.

Список використаних джерел

1. Абрамов В.І. Методологія системного підходу та наукових досліджень (дослідницькі та інноваційні процеси в державній службі) : навч.метод. посіб. для самост. вивч. дисц./ В.І.Абрамов, В.Х.Арутюнов – К.: КНЕУ, 2005 – 178 с.;
2. Блауберг И.В. Проблема целостности и системный подход / И.В.Блайберг – М.: Эдиториал, УРСС, 1997 – 448 с

3. Вірченко В., Кузьменко А. Синергетичний підхід в економічних дослідженнях. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2009. № 110. С. 34–36
4. Жуков С. А. Механізм управління промисловим маркетингом на підприємствах: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 / Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2018. 507 с.
5. Ковальчук С. В. Функціонально-організаційні аспекти процесу формування маркетингових стратегій інноваційного розвитку промислових підприємств. *Економіст*. 2014. № 11. С. 27–32.
6. Методологічні засади педагогічного дослідження: монографія / авт. кол.: Є. М. Хриков, О. В. Адаменко, В. С. Курило та ін.; за заг. ред. В. С. Курила, Є. М. Хрикова; Держ. закл. «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка». Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 248
7. Паламарчук В. Ф. Першооснови педагогічної інноватики: у 2 т. Київ: Освіта України, 2005. Т. 2. 504 с. , с. 68–69
8. Попова О. В. Становлення і розвиток інноваційних педагогічних ідей в Україні у ХХ столітті. Харків, 2001. 212 с
9. Примак Т. О. Стратегії позиціонування у теорії маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 13–20. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент / Пер. с англ. Под ред. С. Г. Божук. Санкт-Петербург: Нева, 2003. 320 с
10. Саніна О. Р., Кушнір Т. М. Маркетингові аспекти рейтингової оцінки вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг України. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/17284/1/44-283-292.pdf> (дата звернення: 23.10.2018).
11. Системний підхід, його місце та роль у науковому пізнанні. *Студопедія. Ваша шкoлопедія*. URL: https://studopedia.com.ua/1_7539_sistemniy-pidhid-yogo-mistse-ta-rol-u-naukovomu-piznanni.html (дата звернення: 24.07.2018)
12. Сич Т. В. Методологічні підходи до аналізу розвитку методології дослідження проблем управління освітою в історії вітчизняної педагогічної науки. URL: <http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1994/1/Sych.pdf> (дата звернення: 23.10.2018).
13. Ткаченко Л. Синергетичний підхід у педагогіці: нова парадигма. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*. 2013. № 10. С. 18–21
14. Харківська А. А. Теоретичні та методичні засади управління інноваційним розвитком педагогічного ВНЗ: монографія. Харків: ХГПА, 2011. 364 с.. С. 102

Гирька Ирина,
кандидат педагогических наук,
преподаватель кафедры информатики
Коммунального учреждения «Харьковская
гуманитарно-педагогическая академия»
Харьковского областного совета

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗА СТРАТЕГИЙ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ВЕДУЩИХ УНИВЕРСИТЕТОВ СТРАНЫ ЕВРОПЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. В статье проанализированы и определены методологические подходы к анализу стратегий позиционирования ведущих университетов стран Европы в международном информационном пространстве. Автор приходит к выводу, что сравнительно-педагогический анализ стратегий позиционирования ведущих университетов стран Европы в международном информационном пространстве необходимо проводить с учетом таких методологических подходов, как системный, синергетический, стратегийный и критериально комплексный.

Ключевые слова: позиционирование, методологические подходы, стратегия, ведущие университеты.

Girka Iryna

*candidate of pedagogical sciences,
lecturer at the Department of Informatics
Communal Institution "Kharkiv
humanitarian pedagogical academy »
Kharkiv Regional Council*

**METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE ANALYSIS OF THE STRATEGIES OF
POSITIONING OF THE LEADING UNIVERSITIES OF EUROPE COUNTRIES TO THE
INTERNATIONAL INFORMATIONAL SPACE**

Abstract. *he article analyzes and determines the methodological approaches to the analysis of positioning strategies of the leading universities of European countries in the international information space. The author concludes that comparative and pedagogical analysis of the strategies of positioning leading European universities in the international information space should be conducted taking into account such methodological approaches as systemic, synergistic, strategic and criterion-complex.*

Key words: *positioning, methodological approaches, strategy, leading universities.*