

УПРАВЛІННЯ ЯКІСНОЮ ПІДГОТОВКОЮ ФАХІВЦІВ У ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГУ РИНКУ ПРАЦІ ТА ОСВІТНЬОГО МОНІТОРИНГУ В УМОВАХ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ

УДК 377(063)

Василь Мадзігон, доктор педагогічних наук, професор, академік АПН України,
директор Інституту педагогіки АПН України

Мирон Вачевський, доктор педагогічних наук, академік АН ВО України,
професор кафедри менеджменту, маркетингу і підприємництва
Дрогобицького державного педагогічного університету
імені Івана Франка

УПРАВЛІННЯ ЯКІСНОЮ ПІДГОТОВКОЮ ФАХІВЦІВ У ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГУ РИНКУ ПРАЦІ ТА ОСВІТНЬОГО МОНІТОРИНГУ В УМОВАХ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ

У статті досліджуються питання про розвиток та становлення професійно-технічної освіти та вивчення курсу маркетингу в професійно-технічних навчальних закладах, до підготовки фахівців ринкової економіки із належним рівнем професійних компетенцій.

Ключові слова: освіта, навчання, професійно-технічні заклади, ринок, конкуренція, принципи, компетенція, прогрес, фахівці, розвиток, виховання.

Актуальність теми. Законом “Про освіту” визначено основну мету освіти: всебічний розвиток людини, як особистості та найвищої цінності суспільства [1]. Важлива роль в реалізації цієї мети належить професійно-технічній освіті, яка забезпечує всебічний розвиток молоді, формує здібності, таланти, професійне самовизначення, формування загальнолюдської моралі, навчання, виховання та розвиток і підготовки робітничих кадрів у професійних навчальних закладах, які визначаються суспільними національно-культурними потребами фахівців в галузях людської діяльності.

Становлення національної школи пов’язано з переорієнтацією всієї її роботи на національній основі, з наданням пріоритетів загальнолюдським цінностям, національно-культурним традиціям, орієнтацією на реальні потреби нації в товарах та послугах і, головне, у розвитку освіти до вимог сучасного розвитку суспільства [7].

Аналіз останніх публікацій. Розвитку та становлення професійно технічної освіти надається належна увага, у світ друком виходить журнал: Педагогіка і психологія професійної освіти. Крім цього, відомі вчені досліджують питання розвитку, що цьому є підтвердження публікацій авторів: С. Ніколаєнко, Н. Ничкало, Я. Камінецького, М. Копельчака, А. Литвин, Л. Сліпчишин, Г. Васянович, П. Сікорський та інші відомі вчені в галузі професійно-технічної освіти.

Мета статті. Розкрити питання необхідності вивчення маркетингу в закладах професійно-технічної освіти, що сприятиме у випускників високих професійних компетенцій до діяльності в умовах конкуренції на ринку праці.

Виклад основного матеріалу. Знання економіки і маркетингу та їх законів, закономірностей і основних принципів – це не привілей лише підприємців чи економістів професіоналів. Уже нині відчувається потреба в нових кадрах у царині маркетингу, фінансів, менеджменту, кредиту, інтелектуальної власності, інформації, організації виробництва та торгівлі, політики податків, митних стягнень, інновацій та інвестицій в сучасній ринковій економіці. Перехід України до Ринкової економіки вимагає забезпечення грамотності кожного громадянина країни, особливо це стосується учнів професійно-технічних училищ, майбутнім працівникам галузей людської діяльності. Тут слід відзначити, що науково-технічний прогрес, широке запровадження наукоємких, інформаційних технологій вимагають значного підвищення якості професійної підготовки кваліфікованих робітників, її фундаменталізації, щоб прищепити у процесі навчання знання із економіки і маркетингу, що дасть можливість формувати в учнів професійно-технічних училищ, початковий рівень професійних компетенцій в галузі економіки та маркетингу і правильним вибором майбутньої професійної діяльності на ринку праці.

В Україні діє в нинішніх умовах достатньо широка мережа професійно-технічних навчальних закладів за галузевим спрямуванням. Всього 920 професійно-технічних навчальних закладів України, в Львівській області 54. Із них у промисловості – 277 (30%), (Львівська обл. 19 (34%); транспорт – 44 (5%) (Львівська обл. 2 (4%); зв’язок – 7 (1%), (Львівська обл. 2 (5%); будівництво – 84 (20%), (Львівська обл. 9 (16%);

УПРАВЛІННЯ ЯКІСНОЮ ПІДГОТОВКОЮ ФАХІВЦІВ У ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГУ РИНКУ ПРАЦІ ТА ОСВІТНЬОГО МОНІТОРИНГУ В УМОВАХ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ

агропромисловий комплекс – 268 (29%), (Львівська обл. 10 (18 %); сфера послуг – 140 (15%), Львівська обл. 13 (24%)¹.

Відзначимо, що мета освоєння маркетингу учнями професійно-технічних училищ полягає в задоволенні потреб особистості і суспільства в професійних освітніх послугах відповідного рівня з урахуванням вимог ринку праці, де діє гостра конкуренція, а підготовка робітників у напрямку маркетингу сприятиме у підвищенні кваліфікації робітників, формуванні творчої, духовно багатой особистості з урахуванням її інтересів і здібностей створювати матеріальні блага на високому конкурентоспроможному рівні.

Відомо, що національна школа покликана формувати в учнів якості майбутніх підприємців, комерсантів, банкірів, фермерів – навчання маркетингу та економіки в ліцеї, середній школі, гімназії, що буде сприяти підготовці молодого покоління до самостійного життя, правильному вибору ними життєвих орієнтацій, формуванню і утвердженню високих моральних цінностей громадянина.

Основними принципами розвитку професійно-технічної (професійної) освіти із використанням маркетингу є:

- вироблення професійних компетенцій в індивідуалізації та диференціації професійної освіти;

- маркетинг сприяє поєднанню загальноосвітньої і професійної підготовки випускників професійно-технічних училищ до умов праці в ринковій економіці;

- маркетинг сприяє підготовці кваліфікованого виробничого персоналу до умов праці в конкурентному ринковому середовищі;

- маркетинг сприяє у процесі навчання гнучкості і взаємозв'язку процесу професійного навчання з реструктуризацією економіки та зайнятості населення, розвитку різних форм власності й господарювання у процесі виробництва конкурентоспроможної продукції чи матеріальних благ на ринок покупця.

Маркетинг охоплює всю діяльність підприємств, підприємців, галузей людської діяльності і є невід'ємною частиною сучасних ринкових відносин. В основу концепції маркетингу покладено ідею задоволення потреб потенційних споживачів. Вона сформувалася внаслідок ускладнення та утруднення збутової діяльності в умовах нарощування обсягів виробництва продукції. Крива “перевиробництва” визначала

необхідність серйозного аналізу ринкової ситуації, а його результатом встановлено виявлення принципів дії ринкових механізмів. Це означає, що на заміну “ринку продавця” прийшов “ринок покупця”, тобто необхідно виробляти саме ті товари, які буде купувати потенційний споживач. В основу виробництва закладають дані, які одержуються у процесі вивчення різних ринкових сегментів – окремих груп населення, підприємств, адже саме їм адресовано нову продукцію. Виробництво та збут в умовах “ринку покупця” і становить основний сенс маркетингової діяльності в підприємницькій діяльності².

Слід відзначити, що на розвиток професійно-технічної (професійної) освіти в Україні на початку ХХІ століття впливатимуть: прогнозування потреб ринку праці у кваліфікованих робітниках на загальнодержавному і регіональному рівнях, а цьому сприяє широка мережа розміщення професійно-технічних навчальних закладів освіти по всіх регіонах України;

- на принципах маркетингу буде забезпечення рівного доступу до здобуття якісної професійно-технічної (професійної) освіти різними категоріями населення, що сприятиме належному формуванню професійних компетенцій ринкової економіки підготовки і підвищенню кваліфікації робітників;

- рівний доступ до якісної професійно-технічної (професійної) освіти на загальних концепціях маркетингу передбачатиме надання можливості безоплатної первинної професійної підготовки робітників на основі врахування перспектив розвитку економіки України, її інтегрування у світову економіку та забезпечення якісних освітніх послуг в усіх регіонах держави з урахуванням запитів і потреб особистості [4].

Забезпечення якості робочої сили та підвищення її конкурентоспроможності на ринку праці із погляду маркетингу – це обмін між виробником і споживачем, як зазначає професор Павло Цибульов в роботі [16]. Завдання маркетингу зробити обмін між виробником і споживачем найбільш ефективним для двох сторін. Зв'язок між виробником і споживачем здійснюється через ринок, основними суб'єктами якого є: виробник, споживач, і конкурент. Наявність конкурента є перешкодою для досягнення основної мети маркетингу – швидкій реалізації вироблених товарів та послуг. Цьому можуть сприяти знання із маркетингу професійно-кваліфікаційної структури підготовки робітничих кадрів, зайнятих у галузях економіки, виробництві товарів і послуг,

¹ Професійно-технічна освіта Львівщини – 2008. Інформаційні матеріали до підсумкової наради. Львів, – 2000. – С. 5.

² Вачевський М.В. Маркетинг формування професійної компетенції: підручник. – К.: ЦУЛ. – 2005. – 512 с.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСНОЮ ПІДГОТОВКОЮ ФАХІВЦІВ У ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГУ РИНКУ ПРАЦІ ТА ОСВІТНЬОГО МОНІТОРИНГУ В УМОВАХ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ

професійної діяльності у відповідності до міжнародних класифікаторів, професійної компетентності на професії та види робіт.

Вивчення професійно-технічними закладами основ маркетингу, економічних знань, інформації, патентознавства, цінової політики, товарної політики, трудових ресурсів, якості та стандартизації продукції, фінансів та банківської діяльності – сприяє розкриттю природних даних молоді, збагачує її духовно, виробляє активну життєву позицію, залучає до управління виробництвом, виконуючи, таким чином, важливу соціальну функцію – формування у випускників професійно-технічної освіти початкові професійні компетенції майбутньої робітничої діяльності. Саме розвиток професійних компетенцій ґрунтується на загальнолюдських цінностях та принципах науковості, полі культурності, світському характеру освіти, системності, інтегрованості, єдності навчання й виховання, на засадах гуманізму, демократії, громадської свідомості, взаємоповаги між народами в інтересах людини, родини, суспільства і держави, відзначено М. Вачевським в [3].

Реформування освіти в Україні є частиною процесів оновлення освітніх систем, що відбуваються останні двадцять років у європейських країнах і пов'язані з визнанням значимості знань як рушія суспільного добробуту та прогресу. Ці зміни стосуються створення нових освітніх стандартів, оновлення та перегляду навчальних програм, змісту навчально-дидактичних матеріалів, підручників, форм і методів навчання. Цілеспрямоване набуття молоддю знань, умінь і навичок, їх трансформація в компетентності сприяє особистісному культурному розвитку, розвитку технологій, здатності швидко реагувати на запити часу.

За роки незалежності України сформовано основне законодавче поле освітянської галузі, розроблено нормативно-правову базу для створення і розвитку національної системи освіти. Цілеспрямовано і послідовно формується державна політика в галузі освіти, відзначено Міністром освіти і науки України В.Г. Кременем на II всеукраїнському з'їзді працівників освіти [9].

Сучасна професійна освіта в Україні спрямована на надання учневі необхідних знань, вироблення умінь і навичок, за період навчання він має засвоїти багато фактичного матеріалу. Проте професійні навчальні заклади сьогодні не достатньо навчають учнів основ маркетингу, економіки, інтелектуальної власності, підприємницької діяльності, приймати рішення, використовувати інформаційні та комунікаційні

технології, критично мислити, вирішувати конфлікти, орієнтуватись на ринку праці.

У зв'язку з цим зростає роль економічної підготовки молоді як незмінного компонента всебічної освіти особистості, однієї з умов успішного виконання нею професійних функцій, як зазначає відомий вчений професор О.Т. Шпак в роботі: “Економічна підготовка педагогічних кадрів в системі безперервної освіти” [17].

Особливе значення для підготовки сучасного спеціаліста до ринку праці, кваліфікованих працівників до ринкової економіки є вивчення в закладах професійно технічної освіти дисципліни “Інтелектуальна власність”, яка передбачає освоєння майбутніми працівниками – основ наукової інформації, патентознавства, маркетингу, фінансів, орієнтації в складному ринковому конкурентному середовищі, щоб мати підготовку до творчого мислення, інноваційної діяльності. Такий підхід до основних засад змісту професійної освіти, є метою навчання і виховання, бажання і вміння вчитися, тому комплекс знань, умінь і навичок є основним чинником для набуття необхідних життєвих компетенцій випускника професійно технічного закладу освіти [5].

Одним із завдань реалізації освітньої програми є оновлення змісту освіти, визначення змісту навчальних, гуманітарних та природничо-математичних дисциплін, вивчення економічних дисциплін: менеджменту і маркетингу, підприємництва та інформації, знань з інтелектуальної власності, а також умінь і навичок, засвоєння та практичного застосування тих знань в умовах ринкової економіки випускниками професійно-технічних закладів освіти, відзначає дійсний член (академік) АПН України, доктор педагогічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік, секретар відділення педагогіки і психології професійно-технічної освіти АПН України академік Н. Ничкало [14].

Випускник професійно технічного навчального закладу з відповідної спеціалізації повинен бути не тільки особисто підготовленим до життя в ринкових умовах, але й на належному рівні оволодіти знаннями з курсу: “Основ економічних знань”. Від рівня його професійної підготовки залежатиме ефективність формування готовності випускника професійно-технічного закладу до життя і майбутньої професійної діяльності в ринкових умовах, а також ініціативність, компетентність, творча підприємливість та діловитість нового покоління [13].

Безперечно, важливими є знання, вміння та навички, котрі молодь набуває та виробляє в

УПРАВЛІННЯ ЯКІСНОЮ ПІДГОТОВКОЮ ФАХІВЦІВ У ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГУ РИНКУ ПРАЦІ ТА ОСВІТНЬОГО МОНІТОРИНГУ В УМОВАХ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ

процесі навчання в школі, професійному середньому закладі та ВНЗ. Набуті знання формують у майбутніх фахівців поняття професійних компетенцій, що пов'язано з багатьма чинниками, оскільки саме компетенції дозволяють визначити готовність випускника професійно-технічного закладу до життя, його подальшого розвитку й активної участі в діяльності суспільства.

Поглиблення зв'язку інтелектуальної власності з економікою відповідає завданням у справі вдосконалення господарського механізму і, у свою чергу, висуває об'єктивні вимоги до організації інтелектуальної власності на міцній економічній основі, підготовлених фахівців професійно-технічних закладів освіти у всіх ланках господарської діяльності [5].

Сьогодні ми можемо стверджувати, що досягнення у процесі навчання відповідного рівня професійних знань, це кроки до створення підґрунтя для того, щоб основні результати навчання базувались на досягненні випускниками професійно-технічних навчальних закладів необхідних професійних компетенцій.

Аналіз літературних джерел, вивчення масового та передового педагогічного досвіду свідчить про те, що загальноосвітня школа, професійно-технічні заклади освіти та вищі навчальні заклади, незважаючи на певні позитивні зрушення у вивченні економічних дисциплін, не забезпечують належні умови для економічної освіти й підготовки молоді, прищеплення їм умінь з інтелектуальної власності. Особливо, це стосується вищих навчальних педагогічних закладів освіти. Треба подбати, щоб випускники педагогіки мали відповідний рівень знань, могли вчити учнівську молодь основам економіки, маркетингу та менеджменту і підприємницької діяльності. Адже сьогодні вчителі є недостатньо підготовлені до цієї важливої й відповідальної роботи, не мають знань з маркетингу та патентознавства, і звичайно, не можуть дати такі знання учням з підприємництва та правильної орієнтації у виборі професії, та формувати належний рівень у навчальному процесі, та становленні особистості фахівця в системі професійної освіти.

Науково-обґрунтована модель системи формування професійних компетенцій у процесі навчання профтехосвіти до сучасного виробництва в умовах сучасної ринкової економіки, потребує наукового управління навчальним процесом та розроблення нових навчальних програм та навчальних посібників і підручників для професійно-технічної освіти, що дасть змогу в

застосуванні їх до умов загальноосвітньої концепції освіти, в результаті дослідження, як кінцевий результат, прогностичну концепцію формування в учнів системи наукових основ сучасного виробництва, відповідно впроваджених в навчальний процес навчальних програм та, відповідно, програми підручників, які б давали той рівень знань, який необхідний випускнику професійно-технічного закладу освіти до праці на промислових підприємствах.

Підготовка учнів професійно-технічних закладів освіти до сучасних умов маркетингової діяльності на підприємствах, зводиться до свідомого ставлення до вибору професії, як мотивовану діяльність учнівської молоді професійно-технічних навчальних закладів, спрямовану на ознайомлення із змістом професії, практичну апробацію своїх можливостей, оволодіння активними способами підготовки до майбутньої праці, самовиховання професійно важливих якостей [3].

Проблема формування в учнів професійно-технічних навчальних закладів свідомого ставлення до праці та вибору професії ще недостатньо вивчена педагогічною та психологічною наукою. Категорія "ставлення" в науковій літературі багатьма вченими трактується по-різному. Так, А. Маркова вважає, що ставлення – це внутрішня позиція в оцінці навколишньої діяльності, іншої людини, самої до себе [12].

Видатний вітчизняний вчений в галузі вдосконалення форм і методів трудового навчання, виховання і професійної орієнтації учнів, академік АПН України В.М. Мадзігон, вважає, що стосовно до проблеми профорієнтації свідоме ставлення учнівської молоді професійно-технічної освіти до вибору професії виникає на основі усвідомленості соціальної та особистої значущості вибору професії. До усвідомлення соціальної ролі проблеми вибору професії належить розуміння учнем зв'язку вибору професії із загальною проблемою прискорення соціально-економічного розвитку країни – тобто потреба в робітничих кадрах на ринку праці, забезпечення всіх галузей людської діяльності стабільними кадрами, які здатні своєю діяльністю розвивати ринкову інфраструктуру [11].

Загальновідомо, що профорієнтаційна скерованість молоді на ринкову економіку, перш за все, вимагає знань з основ економіки, теорії управління – менеджменту, діяльності та орієнтації в ринковому середовищі – основ маркетингу: промислового, маркетингової культури у діловому спілкуванні, міжнародного та маркетингу освіти, а також постійної творчості,

УПРАВЛІННЯ ЯКІСНОЮ ПІДГОТОВКОЮ ФАХІВЦІВ У ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГУ РИНКУ ПРАЦІ ТА ОСВІТНЬОГО МОНІТОРИНГУ В УМОВАХ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ

як основного засобу розвитку суспільства – патентознавства; забезпечення і оволодіння інформацією – основ інформатики. Тут варто зазначити, що кожна професія вимагає високих професійних знань, як основи продуктивної і ефективної праці, а знання економічних дисциплін на сучасному етапі необхідні молоді в будь-якій галузі діяльності, особливо економіки і маркетингу.

Усвідомленість знань передбачає не тільки розуміння різних суттєвих і несуттєвих зв'язків, але й шляхів їх одержання, способів становлення. Мова йде про методологічні знання. Цей вид знань озброює учнів способами їх використання. Щодо вибору професії це означає навчити учнів професійно-технічних навчальних закладів освіти одержувати профорієнтаційні знання, а також оволодівати способами підготовки до майбутньої трудової діяльності в нових формах господарювання.

Свідомо ставитися до вибору професії – означає мати не тільки спеціальні знання, але й уміння користуватися ними в житті, застосовувати їх на практиці, керуватися ними у своїй трудовій діяльності на промисловому підприємстві. Цьому суттєво сприяють знання із маркетингу, де працівник зможе проявити себе в майбутній діяльності із використанням маркетингу.

Слід зазначити, що маркетингом, як правило, на підприємствах займаються маркетингологи підрозділів, які здійснюють продаж, рекламу, дослідження, обслуговування споживачів і клієнтів, а також управлінці, що відповідають за вихід на певні територіальні ринки і забезпечення товарних груп, а загальне керівництво маркетингом провадить заступник керівника підприємства. Усі вони виконують певні обов'язки, що стосуються маркетингової діяльності, тобто займаються плануванням, ціноутворенням, розподілом, просуванням товару на ринку, комунікацією ринку, рекламою, виробництвом тощо. Проте, варто пам'ятати, що робітник, маючи знання із маркетингу, зможе себе проявити у гострій конкурентній діяльності, його праця буде завжди носити творчий характер і намагання виробляти високоякісну продукцію, знаючи, що від її якості та його діяльності залежить кінцевий результат діяльності підприємства, на якому працює робітник, тобто отримання підприємством бажаних прибутків, а для робітника належної матеріальної винагороди від суспільного виробництва [6].

Розкриваючи дане питання, насамперед, слід відзначити: суспільне виробництво, як процес суспільної праці, – це процес діяльності (впливу) людей на предмети і сили природи та

пристосування їх до задоволення потреб, що виникають у людському суспільстві.

Виробництво – як процес суспільної праці – складається з таких складових при будь-якій системі господарювання: засобів праці, предметів праці та трудових ресурсів. Сам процес виробництва включає розподіл, обмін та споживання.

До складу суспільного продукту входять різні матеріальні й нематеріальні блага і послуги. Вони створюються в різних сферах і галузях суспільного виробництва, як матеріального і нематеріального.

Галузеву структуру суспільного виробництва умовно поділяють на:

Сферу матеріального виробництва. Видобувна промисловість, обробна промисловість, будівництво, сільське господарство, рибальство, мисливське і лісове господарство, транспорт, зв'язок, торгівля, громадське харчування.

Сферу нематеріального виробництва. Установи соціального забезпечення, охорони здоров'я, освіти, культури, спорт, кредитні установи, міністерства, відомства, громадські організації, установи державної безпеки й оборони, суди та юридичні організації, митниці, релігійні установи.

Отже, на основі проведених досліджень розвитку та становлення професійно-технічної освіти в даний час, є підстава зробити висновки викладу в стислій формі даної актуальної проблеми, яка, безперечно, вимагає глибоких досліджень та вироблення належних рекомендацій втілення яких в практику навчання дасть вагомі позитивні результати навчання та виховання учнівської молоді.

Висновки. На початку нового століття у всіх Європейських країнах і країнах інших континентів особливо актуальною стає проблема розвитку професійно-технічної освіти особистості і освіти, як неперервного процесу, в якому діють різні структурні та системні фактори. Напрямки розвитку професійно-технічної освіти у світі різні, але їх об'єднує одне – підготовка робітників – особистості до сучасних умов господарювання, виховання молоді на культурі кожного народу, історичних традиціях у яких сконцентровано самостійний стиль мислення, світосприйняття, норми поведінки, особливі творчі орієнтири, формування у майбутніх маркетингологів професійних компетенцій на діючу економічну систему розвитку суспільства кожної країни зокрема.

Початок XXI століття спонукає педагогічні системи світу: по-перше, зберігати

УПРАВЛІННЯ ЯКІСНОЮ ПІДГОТОВКОЮ ФАХІВЦІВ У ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГУ РИНКУ ПРАЦІ ТА ОСВІТНЬОГО МОНІТОРИНГУ В УМОВАХ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ

свої історичні традиції розвитку культури, науки і освіти; по-друге, до інтернаціоналізації і міжнародної інтеграції науки та освіти, зокрема в напрямку економіки, права, комп'ютерної техніки, фізики, філософії та інших курсів навчання, як єдиного цілого для всіх країн Європи чи інших континентів. Це відбувається у сфері спільних підходів до розвитку особистості, системи, змісту, методів, засобів, форм навчання, пріоритетних домінуючих цінностей і напрямків виховання та навчання, в тенденціях реформування освіти та розвитку і формування високих професійних компетенцій у випускників навчальних закладів.

Розвиток професійно-технічної освіти є широко масштабною програмою країн Європейського Союзу і України. Вона розрахована на зростання потенціалу професійно-технічної освіти, підготовки молоді до праці в умовах ринкової економіки, співробітництва між навчальним процесом: школа – професійно-технічне училище, ВНЗ, на трансформацію навчальних планів, реформування структур вищих навчальних закладів, на спільну розробку теоретико-методичних засад формування у випускників професійно-технічних навчальних закладів – відповідних професійних компетенцій, орієнтованих на задоволення вимог ринкової економіки.

Європейське співробітництво в галузі освіти сприяє зближенню молоді, дає можливість запозичення кращого досвіду з інших педагогічних систем, збагачує форми і методи навчання. Таким спільним навчальним процесом між країнами Європейського Союзу, на нашу думку, виступає вивчення економіки, обмін інформацією, знання в галузі інтелектуальної власності, менеджменту і маркетингу, що дає можливість готувати робітника спеціаліста-маркетолога з високими професійними компетенціями до сучасних умов господарювання для багатьох країн співдружності і вільного переміщення трудових ресурсів.

У процесі проведеного дослідження встановлено, що вдосконаленню освіти в школах, професійно-технічних навчальних училищ, вищих навчальних закладах сприяє посилення уваги різних громадських організацій і федеральних урядових структур більшості країн. Нами встановлено, що економічна освіта і її належне вивчення найбільш вагоме місце займає у закладах освіти в Німеччині, Англії та США. До тих країн без застережень на сьогоднішній

день можна віднести **економічну освіту України.**

1. Закон України "Про освіту" (23 травня 1991 р. №1060-XII).

2. Вачевський М.В., Мадзігон В.М., Примаченко Н.М. *Основи економічних знань. 10 – 11 клас: підручник, Центр навчальної літератури.* – 2004. – 536 с. (С. 7).

3. Вачевський М.В. *Маркетинг формування професійної компетенції: підручник.* – К.: Професіонал. – 2005. – 512 с.

4. Вачевський М.В. *Теоретико-методичні засади формування у майбутніх маркетологів професійної компетенції: монографія.* – К.: Професіонал. – 2005. – 364 с.

5. Вачевський М.В., Кремень В.Г., Мадзігон В.М. *Інтелектуальна власність. Теорія і практика інноваційної діяльності: підручник.* – К.: Професіонал. – 2006. – 448 с.

6. Вачевський М.В. *Соціально-економічні аспекти використання інтелектуальної власності в сучасних умовах.* – К.: ЦНЛ. – 2004. – 376 с.

7. Вачевський М.В., Мадзігон В.М., Примаченко Н.М. *Промисловий маркетинг: підручник.* – К.: Кондор. – 2009. – 560 с.

8. *Законодавство України про освіту: збірник документів.* – К.: Вид. Європейського університету. – 2002. – 206 с.

9. Кремень В.Г. *Філософія освіти ХХІ століття // Шлях освіти.* – 2003. – №2. – С. 2 – 4.

10. *Концепція розвитку професійно-технічної освіти в Україні. Академія педагогічних наук України.* – К.: – 2003. – 23 с.

11. Мадзігон В.М. *Совершенствование форм и методов трудового обучения, воспитания и профориентации учащихся.* – К.: Рад.школа. – 1982. – В. 15. – С. 3 – 6.

12. Маркова А.К. *Формирование мотивации учения в школьном возрасте.* – К.: Рад. школа. – 1984. – №1. – С. 20.

13. Ничкало Н.Г. *Відділення педагогіки і психології професійно-технічної освіти: становлення і розвиток (1997 – 2007).* – К.: – 2007. – С. 5 – 23.

14. Ничкало Н.Г. *Трансформація професійно-технічної освіти України.* – К.: Педагогічна думка, 2008. – 200 с.

15. *Професійно-технічна освіта Львівщини – 2008. Інформаційні матеріали до підсумкової наради.* Львів – 2000. – С. 5.

16. *Стан і перспективи розвитку професійно-технічної освіти в Україні.* – К.: Парламентське видання. – 2003. – 171 с.

16. Цибульов П.М. *Маркетинг інтелектуальної діяльності.* – К.: ДПІВ. – 2008. – 184 с.

17. Шпак О.Т. *Економічна підготовка педагогічних кадрів в системі безперервної освіти.* – К.: "Четверта хвиля". – 2000. – 352 с.

Стаття надійшла до редакції 20.11.2009