І Міжнародна науково-практична конференція

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА»

9 листопада 2018 року

Чернігів-2018

УДК 378:339.137
К64

К64 Конкурентоспроможність вищої освіти України в умовах інформаційного суспільства [Електронний ресурс] : збірник тез І Міжнародної науково–практичної конференції (м. Чернігів, 9 листопада 2018 р) / Чернігів. нац. технол. ун-т. – Текст. і граф. дані. – Чернігів, 2018. – 779 с. – Режим доступу : https://www.stu.cn.ua.

УДК 378:339.137

Збірник включає тези І Міжнародної науково–практичної конференції "Конкурентоспроможність вищої освіти України в умовах інформаційного суспільства". Тези об`єднані за науковими напрямами: модернізація системи вищої освіти в умовах становлення інформаційної економіки; інтернаціоналізація вищої освіти: тенденції та виклики; Формування професійних компетентностей у майбутніх фахівців в умовах інформаційного суспільства.

Публікація орієнтована на молодих вчених, освітян, аспірантів, студентів та фахівців, зацікавлених у модернізації вищої освіти.

Конференція включена до Переліку проведення наукових конференцій з проблем вищої освіти і науки у 2018 році (додаток до листа Інституту модернізації змісту освіти 15.01.2018 № 22.1/10-67).

Конференцію проведено в рамках наукової роботи «Інтегрована модель конкурентоспроможної вищої освіти в Україні за концепцією Quadruple Helix» (державний реєстраційний № 0117U007258) у Чернігівському національному технологічному університеті.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Голова: **Шкарлет С.М.**, доктор економічних наук, професор, ректор Чернігівського національного технологічного університету (Україна)
Заступник голови: **Казимир В.В.**, доктор технічних наук, професор, проректор з наукової роботи Чернігівського національного технологічного університету (Україна)

Співголови:
Гейчбаія Б., доктор економіки, асоційований професор, керівник департаменту управління бізнесом Батумського державного університету імені Шота Руставелі (Грузія)
Голетіані К., кандидат технічних наук, професор, декан факультету логістики Батумського навчального університету навігації (Грузія)
Гонта О.І., доктор економічних наук, професор, директор ННІ економіки Чернігівського національного технологічного університету (Україна)
Дивнич Г.А., голова Громадської організації «Чернігів Європейський» (Україна)
Келемен М., доктор наук, професор, факультет аеронавтики, Кошицький технічний університет (Словаччина)
Кучабський О., доктор наук з державного управління, професор, Гданський університет (Польща)
Новрузов Р.М., доктор філософських наук, професор, проректор з наукової роботи Бакинський слов'янський університет (Азербайджан)
Остапенко Л.А., кандидат юридичних наук, доцент, директор ННІ права і соціальних технологій Чернігівського національного технологічного університету (Україна)
Руденко О.М., доктор наук з державного управління, доцент, директор НДІ публічного адміністрування та менеджменту, професор кафедри менеджменту Чернігівського національного технологічного університету (Україна)
Сандал Ян-У., професор, ректор Інституту ім. доктора Яна-Урбана Сандала (Норвегія)
Сизоненко О.В., кандидат економічних наук, доцент, начальник відділу «Науково-дослідна частина» Чернігівського національного технологічного університету (Україна)

Члени редакційної колегії:
Вербицька А.В., к.н.держ.упр., старший науковий співробітник Чернігівського національного технологічного університету (Україна)
Гонта С.В., к.е.н., молодший науковий співробітник Чернігівського національного технологічного університету (Україна)
Децюк Т.М., к.пед.н., доцент, доцент кафедри соціальної роботи Чернігівського національного технологічного університету (Україна)
Ревко А.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри соціальної роботи Чернігівського національного технологічного університету (Україна)
Холявко Н.І., к.е.н., доцент, провідний науковий співробітник Чернігівського національного технологічного університету (Україна)
Шестаковська Т.Л., к.е.н., провідний науковий співробітник Чернігівського національного технологічного університету (Україна)

Матеріали представлені в авторській редакції. Автори несуть відповідальність за достовірність викладеного матеріалу, за правильність цитування джерел та посилання на них.

© Чернігівський національний технологічний університет, 2018

Зайцева С. С., співробітник
Сумський державний університет
(м. Суми, Україна)

НАУКОВО-ДОСЛІДНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗВО В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг заклади вищої освіти (скорочено – ЗВО) усе більше уваги звертають на такий аспект позиціонування у соціокомунікаційному просторі, як імідж. Зрозуміло, що конкурентоспроможним вважається той ЗВО, у якого найбільш привабливий імідж.

На нашу думку, імідж ЗВО – це «збірний образ, який формується штучно чи природньо в процесі маркетингово-комунікаційної діяльності ЗВО для психологічного впливу на певні соціальні групи (абітурієнтів, їх батьків, бізнес-партнерів, місцевих і державних органів влади) задля отримання позитивної оцінки своєї діяльності, підвищення своєї репутації з метою отримання конкурентних переваг, укріплення, збереження власних позицій на ринку освітніх послуг та розширення партнерських зв'язків» [1, с. 146].

Імідж ЗВО – це складний механізм. Зазначимо, що він складається з багатьох структурних елементів.

Однією з важливих складових іміджевої моделі ЗВО є його науково-дослідна діяльність. О. Равнєва та Л. Гриневич наголошують: «Метою іміджевої політики університету є створення привабливого образу університету як сучасного освітнього, науково-інноваційного центру серед різних категорій споживачів науково-освітнього продукту в регіоні, державі та світі» [4, с. 97]. Вчені зазначають, що університети своєю діяльністю повинні «здійснювати адекватний внесок у розвиток науково-дослідного потенціалу регіону, країни, щоб вони виступали партнерами органів державної влади при вирішенні актуальних соціально-економічних і науково-технічних проблем» [4, с. 95].

Особливо актуальним дослідження науково-дослідної діяльності закладів вищої освіти як визначального елемента іміджевих характеристик є на сучасному етапі становлення інформаційної економіки, атрибутивною рисою якої є не виробництво продукції, а генерування знань, поширення інформації. Саме знання та інформація стають рушіями суспільно-економічного прогресу. Сучасне суспільство переходить від «промислової» до так званої економіки знань.

Особливу функцію у «виробництві» наукових знань покладено на такі соціокомунікаційні інституції, як заклади вищої освіти. Науково-дослідна діяльність є обов'язковою у закладах вищої освіти, регламентується на державному рівні. Відповідно до статті 65 Закону України «Про вищу освіту» від 11.07.2014 р. (редакція від 01.01.2018 р.), вона «є невід'ємною складовою освітньої діяльності» ЗВО [2].

Проведення фундаментальних наукових розвідок і продукування наукових прикладних розробок свідчить про високий рівень корпоративної науки в закладі, адже впровадження інновацій потребує значних капіталовкладень як матеріального, так і нематеріального характеру, повноти й ефективності використання наукового потенціалу.

Науково-дослідна діяльність не лише потребує інвестицій, а й дозволяє отримувати прибутки від її ефективного провадження. Тип закладу вищої освіти, який продукує, окрім освітньої, інноваційну наукову політику, що дозволяє отримувати зовнішнє фінансування, Л. Плюсніна номінує як університет підприємницького типу [3]. Саме такі навчальні заклади здатні бути флагманами на ринку освітніх послуг.

Успішність закладів вищої освіти визначається численними рейтингами: «Academic Ranking of Word Universities», «The World University Ranking», «QS World University Rankings», «WebometricsRanking of World Universities», «Round University Ranking», «SciMago Institutions Rankings» та ін. Зазначимо, що провідне місце у системі ранжування посідає науково-дослідна робота.

Отже, щоб стати конкуруючими суб'єктами на ринку освітніх послуг, заклади вищої освіти мають орієнтуватися не лише на освітню діяльність, а й на таку важливу складову, як наукова. Науково-дослідна діяльність є важливим іміджетворчим фактором закладів вищої освіти, а їхній розвиток – ознакою добробуту та процвітання економіки країни.

Список використаних джерел

1. Зайцева С. С. Особливості формування іміджу ВНЗ як науково-теоретична проблема соціальних комунікацій / С. С. Зайцева // Образ: науковий журнал / за ред. Н. Сидоренко, О. Ткаченко; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, Сумський державний університет. — Київ; Суми, 2015. — Вип. 3 (18). — 168 с. — С. 143-149.

2. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18.

3. Плюснина Л. К. Особенности формирования имиджа университета предпринимательского типа в условиях глобализации. [Електронний ресурс]. URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2018/5/sociology/plyusnina.pdf.

4. Раєвнєва О. В., Гриневич Л. В. Формування іміджевої політики університету: методичне підґрунтя // Соціальна відповідальність бізнесу і адміністрації – створення інноваційного управління: монограф. / за заг. ред. В. Дучмала, Т. П. Несторенко, Т. Покуси. Бердянськ: Видавець Ткачук О. В., 2015. С. 93–103.

Зиміна С.В., аспірант
Інститут вищої освіти НАПН України
(м. Київ, Україна)

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЗВО УКРАЇНИ: АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ.

Питання розвитку інноваційної інфраструктури сьогодні є особливо актуальним для вітчизняних університетів в контексті інтеграції України до європейського освітнього і наукового простору. Слід зазначити, що в оновленому законі «Про вищу освіту» [1] інноваційна складова визначена ключовою в діяльності університетів, а також сформульовані деякі засади впровадження інновацій.

Хоча в низці інших нормативно-правових актів [2-5] і містяться конкретні статті щодо розвитку інноваційної інфраструктури та її завдань (в тому числі в ЗВО), університет має самостійно вирішувати, в який спосіб її формувати і яким чином розставляти пріоритети в її функціонуванні. Метою даної статті є аналіз різних підходів щодо формування інноваційної інфраструктури в університетах України.

Перш ніж обговорювати підходи, на наш погляд, доцільно ідентифікувати нові можливості, що з′являються у ЗВО з добре розвинутою інфраструктурою (Таблиця 1).

Інноваційну інфраструктуру ЗВО характеризують 4 складові [6]:

- освітня (освітні програми);
- науково-технічна (генерація розробок, прототипів, створення дослідних зразків);
- супровідна - трансфер технологій (супровід проектів, захист інтелектуальної власності, інжиніринг, створення інноваційних компаній тощо);
- управлінська (щодо інноваційної інфраструктури).

Таблиця 1

Можливості розвиненої інноваційної інфраструктури ЗВО

Фінансові	Додаткові фінансові надходження за рахунок комерціалізації розробок
Бізнесові	Співробітництво з великими підприємствами та бізнес структурами
Кадрові	Розвиток науково-дослідного потенціалу та постійне вдосконалення професіоналізму співробітників, задіяних в інноваційних процесах
Освітні/підприємницькі	Розвиток навичок студентів, аспірантів, молодих вчених за рахунок їхньої участі в процесі створення інновацій — від розробників до керівників стартапів

Слід зазначити, що інноваційна інфраструктура ЗВО України дещо відрізняється. У більшості закладів її функції і склад визначаються поточними завданнями, котрі постають перед ними в частині комерціалізації, а саме - захисту прав на інтелектуальну власність, просування розробок та стимулювання інноваційної активності студентів та викладачів.