

БРЕНД ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В СВІТІ

Кузнєцова К.О.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту підприємств
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна*

Динамічний розвиток українського суспільства та його орієнтація на західноєвропейські практики у всіх сферах життя вимагає змін та реформ у системі вищої освіти України. Причини для трансформації формувалися вже давно, а додатковими поштовхами для їх переходу в активну фазу стала пандемія коронавірусу у 2020 р. та початок війни Росії проти України у 2022 р.

Якщо пандемія забезпечила швидке пристосування до дистанційного навчання на всіх рівнях освіти в Україні, впроваджуючи інформаційні технології та розвиваючи цифровізацію освіти, то війна пришвидшує зближення вітчизняного освітнього середовища із європейським освітнім простором. Це звісно надає переваги та відкриває багато можливостей, але, впроваджуючи нові підходи та реформи, необхідно правильно трансформувати та покращити вже наявний бренд та імідж вищої освіти України, щоб мати свої конкурентні переваги та унікальність в освітньому середовищі.

Освітня онлайн-платформа навчання Coursera провела дослідження «сучасності» країн у використанні технологій у Global Skill Report 2022, за яким Україна зайняла 8 місце серед більше ніж 100 країн світу. За даними Міністерства цифрової трансформації України, українці є одними з найкращих у світі в роботі з комп'ютерними мережами, базами даних, операційними системами, інженерією безпеки, програмною інженерією, комп'ютерним програмуванням, хмарними обчисленнями, веб-розробкою, розробкою застосунків для мобільних пристроїв тощо [1].

Питанню розроблення бренду закладів вищої освіти присвячено дослідження багатьох вітчизняних науковців. Звісно, як і будь-яка система, бренди ЗВО є складовими бренду освіти країни загалом, проте формування бренду саме системи вищої освіти України має бути пріоритетною та якісно розробленою, щоб забезпечувати її конкурентоспроможність на світовому ринку.

Окрім того, важливим є подолання наслідків тривалої довголітньої дезінформації, яку розповсюджувала Росія по відношенню до України та її спроможностей у всіх сферах життєдіяльності. Налагодження комунікацій із Заходом, популяризація дійсної правдивої інформації про Україну має стати важливою складовою у формуванні бренду України, що відобразиться на всіх інших його компонентах.

Бренд вищої освіти України може розроблятися на основі класичної моделі формування брендів «brand essence wheel» та включати в себе: 1) головну пропозицію – що ми пропонуємо світу, ємне визначення власної унікальності (ядро бренду); 2) індивідуальність – більш розширений перелік власних конкурентних переваг (індивідуальні якості та характеристики); 3) цінності (що ми транслюємо у зовнішнє середовище, наше бачення своєї місії, філософія, професійний рівень); 4) переваги (порівняно з іншими, відмінні характеристики); 5) атрибути (імідж, зовнішній образ).

У 2018 р. за QS Higher Education System Strength Rankings перші місця займали США, Велика Британія та Австралія, а Україна здобула 44 місце у рейтингу [2]. Надалі інформація по рейтингам формувалась, виходячи із позицій університетів та за World Reputation Rankings 2022 на перших місцях знаходилися університети США (Harvard University, Massachusetts Institute of Technology, Stanford University) та Великої Британії (Stanford University, Stanford University). На 1201 місці від України в цей рейтинг потрапив КПІ ім. Ігоря Сікорського [3].

Порівняння даних щодо двох рейтингів не є коректним, оскільки вони вивчають різні об'єкти дослідження. Оцінювання іміджу закладів вищої освіти звісно є доцільним, проте в контексті країнового порівняння репутація системи вищої освіти країни загалом (її принципів, засад та особливостей) є більш показовою. Крім того, важливою є методологія, яка лежить в основі формування рейтингів – залежно від поставленої мети дослідження необхідно виокремлювати ті показники, за якими можна оцінити необхідні характеристики системи вищої освіти.

Попри євроінтеграційний вектор розвитку суспільно-політичних та економічних процесів в Україні, впровадження реформ у системі вищої освіти, варто зважати на необхідність створення саме ядра бренду вищої освіти, яке полягає у відмінній характеристиці, так званій унікальній торгівельній пропозиції, яку має пропонувати країна споживачам освітніх послуг. Без ідентичності системи не буде подальшого формування конкурентних переваг України, тому пристосування до європейського середовища може і має бути, але в тій мірі, щоб зберегти свої відмінні риси вищої освіти, які надали можливість так вразити європейців під час адаптації українців у 2022 р. у вимушеній імміграції. Окрім того, ефективність системи визначається за результатами її

роботи, а результатом роботи системи вищої освіти є випускники університетів, їх здобуті навички та компетенції, які дозволяють їм влаштуватися на провідні посади відомих фірм не лише в Україні, а й за кордоном.

Список використаних джерел:

1. Україна увійшла в топ-10 рейтинг країн, де найбільш розвинуті технологічні навички. Детектор-медіа: веб-портал. 2022. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/29679/2022-06-16-ukraina-uviyshla-v-top-10-reytyng-krain-de-naybilsh-roz-vynuti-tehnologichni-navychky>
2. Top Universities: official web-site. URL: <https://www.topuniversities.com>
3. World Reputation Rankings 2022. Times Higher Education. 2022. URL: <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2022/reputation-ranking>