

Мілевський С. В.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,

доцент кафедри економічної кібернетики

кандидат економічних наук, доцент

СТВОРЕННЯ ПІДРОЗДІЛУ ІМІДЖЕВОЇ ПОЛІТИКИ ВНЗ ЯК ЕЛЕМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ МОЖЛИВОСТЕЙ АВТОНОМІЇ

В сучасних складних умовах, що склалися в економіці України, кожен економічний агент має максимально використовувати всі наявні можливості для забезпечення сталого розвитку. Для вищих навчальних закладів (далі ВНЗ) основним напрямком укріплення своїх позицій є поглиблене використання можливостей автономії. Загалом основні принципи автономії університетів закладені в Magna Charta Universitatum [1] та Болонській Декларації [2]. Фундаментальні принципи університетського життя, викладені в Magna Charta Universitatum декларують наступне: 1. Університет є самостійною установою. Його дослідницька і викладацька діяльність повинна бути незалежною від будь-якої влади. 2. Викладання і дослідницька робота в університетах повинні бути нероздільні. 3. Свобода у дослідницькій і викладацькій діяльності є основним принципом університетського життя. [1]

Можливість реалізації принципів автономізації діяльності ВНЗ закладено деякою мірою в Законі України «Про вищу освіту» [3]. В ньому автономію ВНЗ визначено як самостійність, незалежність і відповідальність вищого навчального закладу у прийнятті рішень стосовно розвитку академічних свобод, організації освітнього процесу, наукових досліджень, внутрішнього управління, економічної та іншої діяльності, самостійного добору і розстановки кадрів. До компонентів автономії ВНЗ відносять адміністративно-організаційну, фінансово-економічну, наукову та академічну незалежність.

Успішне поєднання заходів щодо розвитку зазначених вище компонентів автономії ВНЗ можливе в напрямку покращення його іміджу, як одного з

основних інструментів залучення інвестицій в наукові розробки та більшої кількості абітурієнтів.

Одним з найскладніших завдань в роботі з формування іміджевої політики університету є створення системи забезпечення реалізації її складових. В роботі [4] виділено дві групи заходів, які передбачають визначення основних напрямів розвитку іміджевої політики ВНЗ. І до другої групи автори відносять організаційно-економічні заходи, серед яких є визначення структури менеджменту іміджу навчального закладу та системи її функціонування, що включає створення спеціалізованих підрозділів і розподіл відповідальності за забезпечення іміджу між усіма службами навчального закладу. [4]

І саме створення спеціалізованих підрозділів, які безпосередньо займатимуться створенням та підтримкою позитивного іміджу університету є найбільш реальним та доступним засобом активізації комплексу заходів впровадження та підтримки іміджевої політики ВНЗ. Подібна реструктуризація дозволить розвантажити функціональні підрозділи ВНЗ, прибрати дублюючі функції та активізувати розвиток іміджевої політики. Таким чином, через розвиток іміджу ВНЗ та часткову реструктуризацію можна реалізовувати елементи автономності з високими показниками співвідношення затрачених зусиль та отриманих результатів.

Література: 1. Magna Charta Universitatum <http://www.magna-charta.org/resources/files/the-magna-charta/english>. 2. Болонська декларація http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_525 3. Закон України «Про вищу освіту» <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> 4. Раєвнева О. В. Формування іміджевої політики університету: методичне підґрунтя / О.В. Раєвнева, Л.В. Гриневич // Соціальна відповідальність бізнесу і адміністрації – створення інноваційного управління: монографія / За заг. ред. В. Дучмала, Т.П. Несторенко, Т. Покуси. - Бердянськ : Видавець Ткачук О.В., 2015. – С. 93-103.