

3. Government should encourage foreign universities to come to India to set up independent operations or collaborate with existing Indian Institutions.

4. A regulatory set up is required to ensure that there is no cheating or hoax and fixation of fees should not be in state control.

5. There is great need for providing broad band connectivity to all students along with low priced computer accessibility.

6. Good salary packages and benefits to the faculty so that good brains can be attracted to this profession.

7. Private sector should run universities not for profit through charitable trusts/societies but as a part of a corporate social responsibility (CSR).

8. Possibilities for foreign collaboration and participation as 100 % foreign direct investment (FDI). The government can encourage this initiative to improve the quality of formal education, particularly, in government run institutions.

#### Conclusion

The term quality, which encompasses economic, social, cognitive and cultural aspects of higher education, is perceived as an integral feature of the educational process and its results. By providing high quality educational services, educational institutions play an important role in the development of the national economy, of the society as a whole and of its individual members. Total quality can only be achieved by establishing an innovative organization, one that is flexible, which can adjust quickly to changes in its environment and is capable of learning. To improve higher education quality, an essential factor of economic and social development in the 21st century, it is crucial to reduce the huge amount of Knowledge, students are supposed to master, focusing their attention to a system of basic knowledge, on creativity, problem-solving and lifelong learning. This paper also identifies the key initiatives from the government, which include the establishment of NCHER, independent regulatory authority for accreditation and national database of academic qualification, increase in number of universities including IITs, IIMs, NITs during 11th five year plan and increase in the number of seats in existing institutions, and passing of the Right of Children to Free and Compulsory Higher Education.

#### References:

1. *Quality of Management education by P.P.Arya and Suresh .K. Chaddha, Publication -Deep and Deep Publication Pvt Limited.*
2. *Annual Report Ministry of Human Resource Development, Government of India 2006-2007.*
3. *Draft Report of Working Group on Higher Education for the XI Plan, Planning Commission, Government of India (2007)*
4. Agarwal, P (2006), *Higher education in India: The need for change.*New Delhi, Indian Council for Research on International Economic Relations. URL:
5. [www.icrier.org/publication/working\\_papers\\_180.html](http://www.icrier.org/publication/working_papers_180.html).
6. Jha: *Higher Education in India-Restructuring for increased innovation, Document prepared for the World Bank, June 2006.*
7. *UGC Annual Report.*
8. *Higher Education, «National Informatics Centre, Government of India». www.education.nic.in. Retrieved 2010-12-15.*
9. *Journal of Education and Practice www.iiste.org 2012,*
10. [www.indianhighereducation.org](http://www.indianhighereducation.org)

## РОЛЬ ОСВІТИ В РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

*Ю.В. Хаймінова, канд. екон. наук, доцент  
Національний університет «Одеська юридична академія»*

Головною метою представленої нової Експортної стратегії України на 2017-2021 рр. є експорт наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та успіху на світових ринках. Відповідно до поставленої мети сектори інформаційних, комунікаційних технологій та креативних послуг визначені найбільш перспективними для розвитку. В умовах переходу до інформаційної економіки ці сектори відіграють значну роль в майбутньому країни. Відповідно до Стратегії сталого розвитку «Україна-2020», в Експортній стратегії запропоновано розробити український брендінг для експорту товарів і послуг, розробити план брендінгу та міжнародної кампанії з просування для створення позитивного іміджу України. Стратегією передбачено створення кластеру, поєднуючи сектор туризму та креативних послуг, що сприятиме поліпшенню іміджу України за кордоном.

За даними ЮНКТАД міжнародна торгівля креативними товарами та послугами характеризується стійким зростанням останнім десятиріччям. Загальний обсяг експорту креативних товарів та послуг досяг в 2012 р. 575 млрд. дол. США. В ЄС креативні індустрії генерують 4,5 % ВВП і близько

8,5 млн. робочих місць. Сектор креативних послуг в Україні включає послуги рекламних агентств і PR-агентств, послуги індустрії моди, кіноіндустрії.

Через відсутність достовірної статистичної інформації складно оцінити рівень розвитку креативних галузей в Україні. Загальний обсяг українського ринку реклами у 2014 р. складав 9,06 млрд. грн. Проте, оскільки кількість українських МСП у секторі креативних послуг обмежена, а ініціативи залишаються на рівні окремих осіб, сектор творчої економіки в класичному розумінні поки ще відсутній в Україні. Сектор креативних послуг дає підприємствам можливість використовувати творчий потенціал найманих працівників. У кожній креативній індустрії здійснюють діяльність конкретні компанії, котрі реалізують ті чи інші моделі корпоративного менеджменту. Креативний менеджмент є комплексом сучасних взаємопов'язаних принципів ведення діяльності, механізмів організації бізнес-процесів, використання інноваційно-креативних інструментів [2].

У визначенні ЮНЕСКО термін креативне підприємництво застосовується в тих галузях, які поєднують у собі створення, виробництво та комерціалізацію змістів, які є нематеріальними і мають культурний характер. Ці змісти, як правило, захищені авторським правом, і можуть приймати форму товару або послуги.

Однією з передумов розвитку креативного підприємництва є зміни в системі освіти. В Стратегії запропоновано розвивати інноваційні навички та компетенції серед підприємств на рівні навчальних закладів шляхом розробки та впровадження навчального курсу з інноваційного менеджменту у вищих навчальних закладах та бізнес-школах; розробки та впровадження програм з інноваційного розвитку та коучингу, що будуть реалізовуватися інституціями з підтримки торгівлі та бізнес-асоціаціями; розробки та впровадження навчальних курсів з корпоративного та торговельного права, а також права інтелектуальної власності, що будуть охоплювати національне законодавство та міжнародні договори; підготовки та проведення регулярних семінарів з питань корпоративного та торговельного права, а також права інтелектуальної власності для інноваційного бізнесу та стартапів; створення бази даних законодавства з питань корпоративного та торговельного права, а також права інтелектуальної власності [1].

Таким чином, розвиток права інтелектуальної власності та корпоративного права, підготовки спеціалістів з маркетингу, реклами та PR в міжнародній сфері будуть затребуваними. Кафедра права інтелектуальної власності та корпоративного права НУ «ОЮА» є однією з небагатьох існуючих в ВУЗах України кафедрою, предмет наукової роботи якої безпосередньо присвячений питанням дослідження права інтелектуальної власності. В 2013 р. в НУ «ОЮА» відкрився факультет з підготовки високоякісних фахівців за освітньою програмою «Реклама та зв'язки з громадськістю» [3]. З метою підвищення рівня кваліфікації майбутніх підприємців, фахівців з PR та маркетингу, діяльність яких пов'язана з експортною діяльністю в програму підготовки слід включити курси з основ міжнародної економіки та креативного менеджменту. В умовах сучасної глобалізації світового господарства жоден суб'єкт господарської діяльності не може бути відокремленим від міжнародних економічних відносин. Це обумовлює необхідність розуміти сутність, специфіку, форми реалізації міжнародних відносин з метою посилення ефективності функціонування економічних суб'єктів на основі реалізації переваг міжнародного поділу праці. Метою вивчення дисципліни є формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок у сфері прийняття рішень зі здійснення зовнішньоекономічних операцій та зовнішньоекономічної політики. В систему економічної та бізнес-освіти доцільно запровадити базові курси з креативного менеджменту, основ корпоративного права та права інтелектуальної власності.

#### **Перелік посилань:**

1. *Експортна стратегія України: Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017-2021* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4-b8be-32f570693b64&title=EksportnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichnogoRozvitkuTorgivli2017-2021>.

2. Лук'яненко Д. Г. *Феномен креативізації глобальної економіки і менеджменту* / Д. Г. Лук'яненко, Т. О. Галахова // *Науковий вісник Дипломатичної академії України*. – 2016. – Вип. 23 (3). – С. 12-21.

3. *Офіційний сайт Національного університету «Одеська юридична академія»* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://onua.edu.ua/>