

Велика кількість вітчизняних ВНЗ на пряму співпрацюють з закордонними аграрними підприємствами та університетами, для підвищення рівня обізнаності своїх студентів, що в майбутньому може покращити, як науковий процес, так і аграрний сектор загалом. Адже, наразі для України необхідні молоді та перспективні спеціалісти, які володіють інформацією про сучасні практики в сільському господарстві. Саме тому, досвід роботи з іноземними спеціалістами відіграє найважливішу роль.

Міжнародне стажування дає можливість встановити нові знайомства, дізнатися про останні технології в сільському господарстві, отримати досвід роботи, нові навички та найголовніше, побачити світ. Таким чином, міжнародне стажування являється одним з найголовніших факторів для формування конкурентоспроможності студентів вітчизняних аграрних ВНЗ.

#### **Список використаних джерел:**

1. Агростажування за кордоном — доступне! URL: <http://agroportal.ua/ua/views/blogs/agrostazhivka-za-granitsei-dostupnaya/>

### **ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПЛАТФОРМИ СТЕЙКХОЛДЕРІВ**

*Кукурудзяк Леся Василівна*

*голова циклової комісії менеджменту та економіки  
Відокремлений структурний підрозділ «Вінницький фаховий  
коледж Національного університету харчових технологій»,*

*Меліховець Ганна Алімівна*

*викладач циклової комісії менеджменту та економіки  
Відокремлений структурний підрозділ «Вінницький фаховий  
коледж Національного університету харчових технологій»,  
[anna-0612@ukr.net](mailto:anna-0612@ukr.net) \ [vk4@ukr.net](mailto:vk4@ukr.net)*

На сьогоднішній день рівень співпраці бізнес-середовища та освітніх закладів знаходяться на низькому рівні. Контакти переважно носять періодичний і тимчасовий характер. На даному етапі це обмін інформацією про вакансії, стажування зі сторони бізнесу, а сучасні реалії вимагають постійної комунікації щодо змін кваліфікаційних вимог з їх сторони, нові спеціальності в даній галузі, а зі сторони освітніх закладів – проектні, наукові та дослідницькі розробки [1, с.27]. Для того щоб мати позитивну репутацію необхідно постійно підтримувати діалог з бізнес-представництвами, оперативно реагувати на їх потреби і забезпечувати необхідний попит висококваліфікованими фахівцями. Такі освітні заклади викликають інтерес як абітурієнтів так і роботодавців.

Основним завданням формування комунікаційної системи є організація оперативної співпраці з роботодавцями і забезпечення освітньої діяльності інноваційними підходами.

У формуванні комунікаційної платформи використовують два основних методи при визначенні відносин із зовнішніми стейкхолдерами. Перший метод полягає і встановленні партнерських зв'язків зі стейкхолдерами. Метод партнерства не новий, новим є використання його з усе зростаючою частотою. Другий метод являє собою спробу захисту організації від невизначеності навколишнього середовища за допомогою використання прийомів, призначених для стабілізації та прогнозування впливів на навколишнє середовище і,

фактично, для розширення кордонів. Ці прийоми пом'якшують поштовхи, які, можливо, були б більш відчутні при контакті освітніх закладів з ринком праці.

Існуючі форми взаємодії: виробничі практики, участь представників бізнесу в атестації випускників, участь у науково-практичних конференціях, екскурсійна діяльність.

Можливі форми взаємодії: залучення представників роботодавців до вдосконалення освітніх програм, залучення фахівців-практиків до проведення лекційних занять, виконання практичних та лабораторних робіт, організація програм стажування для здобувачів освіти, підвищення кваліфікації для педагогічного персоналу, участь здобувачів у програмах розвитку професійних компетенцій студентів в рамках корпоративної соціальної відповідальності компанії, проведення майстер-класів, вебінарів, гостьових лекцій від провідних фахівців бізнес структур.

Модель комунікаційної платформи визначає групи зацікавлених осіб та виявляє їх інтереси. Виявлені інтереси стейкхолдерів трансформуються в цільові показники, з допомогою яких в подальшому оцінюються результати співпраці і вибудовуються нові напрямки партнерських відносин.

Однією із проблем є налагодження взаємозв'язків між роботодавцями і освітніми закладами. Керівники фірм часто не володіють інформацією про спеціальності і можливі рівні співпраці. З цією метою необхідно створити певну функціональну базу даних і інтерфейс, що буде дозволяти підприємствам залишити заявку на виконання певного виду робіт чи проходження практичного навчання, стажування, можливі вакансії. Інтерфейс для спілкування і співпраці бізнесу з освітніми закладами, що включає два рівні реалізації: організаційна частина налагодження співпраці; практична реалізація в обмежувачих умовах.

Даний підхід базується на вирішенні таких практичних питань: зручний веб-додаток, ключові (першочергові) питання і їх якісна характеристика, рівень активності освітнього закладу в пошуковій діяльності споживачів своїх послуг, формування центральної бази даних.

Таким чином, система дає ряд вигідних переваг всім зацікавленим особам. Представник може на безоплатній основі звернутись до освітнього закладу для вирішення своєї проблеми, гарантію якості і перевірку роботи гарантує викладач. Залучення представників реального бізнесу і отримання реальних замовлень дозволить освітньому закладу, враховувати сучасні тенденції розвитку підприємництва і великих бізнес-структур, і у відповідності до цих запитів коректувати траєкторію навчання студентів.

#### Список використаних джерел

1. Бех І. Д. Теоретико-прикладний сенс компетентнісного підходу в педагогіці / І. Д. Бех // Педагогіка і психологія: вісник АПН України. – 2009. – № 2. – с. 27-33.