

## **ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ ЯК СУБ'ЄКТІВ СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ЗНАНЬ**

**Шишолін А. П.**

### **1. Вступ**

В умовах сучасного розвитку сфери вищої освіти, її «економізації» та виходу на міжнародні ринки освітніх послуг, трансферу технологій та інновацій постає проблема визначення підприємницького університету в якості суб'єкту системи міжнародного трансферу знань. Останнім часом все більше дослідницьких університетів здійснюють свій перехід до наступної стадії розвитку – до підприємницького університету. Саме тому керівництву та управлінцям цих університетів потрібно чітко орієнтуватися в сфері міжнародного трансферу знань, як системи, складеної з трансферу освітніх послуг та трансферу технологій. При цьому особливий акцент потрібно зробити на основному статутному для кожного університета виділі діяльності – наданні освітніх послуг та прослідкувати ланцюг від поняття освітньої послуги та її основні характеристики до ринку освітніх послуг як систему економічних відносин з притаманними їй характеристиками.

### **2. Об'єкт дослідження.**

В сучасних умовах реформування сфери вищої освіти в Україні та поступового переходу вітчизняних університетів до повної автономії, в т. ч. і фінансової, дедалі більшої актуальності набуває процес використання та передачі знань як комерційного товару. З огляду на це, сучасний університет повинен поступово трансформуватись із неприбуткової державної установи вищої освіти в повноцінне підприємство, яке функціонує відповідно до прозорих економічних правил поведіння на ринку – стати університетом підприємницького типу.

Подібна трансформація, зміна порядку фінансування вищих навчальних закладів, потреба в оновленні матеріально-технічної та лабораторної бази університетів, а також сучасні трансформаційні виклики подальшого розвитку вищої освіти потребують значних фінансових ресурсів, які є досить обмеженими в середині держави і фактично безмежні поза її кордонами.

### **3. Мета статті та задачі дослідження**

Мета статті полягає в дослідженні підприємницького університету в якості суб'єкту системи міжнародного трансферу знань, його ознак та ключових видів діяльності.

Для досягнення поставленої мети дослідження визначено такі наукові завдання:

- 1). Проаналізувати основні підходи до визначення поняття «підприємницький університет», його ознаки та запропонувати авторське визначення підприємницького університету.

2). Здійснити аналіз міжнародного трансферу знань, як системи, складеної з трансферу освітніх послуг та трансферу технологій.

3). Дослідити підходи до поняття «освітня послуга» та її основних характеристик.

4) Аналізувати ринок освітніх послуг як система економічних відносин з притаманними їй характеристиками.

#### **4. Дослідження існуючих рішень проблеми.**

Наукові положення, пов'язані з визначенням підприємницького університету, його ознаками, правилами поведінки на світових ринках освітніх і наукових послуг, а також інноваційної діяльності, висвітлені в багатьох працях вітчизняних та закордонних науковців і практиків.

Наведемо декілька визначень, що найбільш комплексно відображають сутність ідеї «підприємницького університету», на думку автора статті.

Підприємницький університет – університет, що характеризується більш тісним партнерством університету з бізнесом, більшою відповідальністю працівників (співробітників) за доступність зовнішніх джерел фінансування, а також менеджерським ідеалом інституційного управління, керівництва (лідерства) та планування [1]

Підприємницький університет – університет, який заснований як на комерціалізації (традиційно або історично створених курсів подальшої освіти, консультаційних послуг і розширенні діяльності), так і на комодитизації (поширенні патентів, продажі ліцензій або заснуванні студентами стартапів) [2]

Ректор Українсько-Американського гуманітарного інституту «Вісконський Міжнародний Університет (США) в Україні» професор О. Романовський в своїй роботі [3] узагальнив наявні визначення та ознаки підприємницького університету. Зокрема, на його думку, підприємницькі університети мають такі ознаки:

- заробляють кошти під час здійснення своєї статутної академічної діяльності – навчальної роботи (підготовка фахівців різних рівнів із наданням різних наукових ступенів), наукових досліджень (пошуку та генерації нових знань), дослідно-конструкторської і науково-виробничої діяльності (науково-технічні та інженерні розробки, створення новітніх технологій, методів і методик), досягають соціального ефекту в процесі громадської, суспільної та виховної роботи;

- сповідують академічний капіталізм, підпорядковуються корпоративній підприємницькій культурі та успішно функціонують в умовах академічного капіталізму;

- вдало комерціалізують результати своїх НДДКР (R&D) і ефективно використовують свої основні і допоміжні ресурси в комерційних цілях;

- успішно розвивають і впроваджують інновації (інноваційні технології), спінофф (спінаут) підприємства і запускають стартові (стартап) компанії (отримуючи від цього економічний ефект);

- знаходять і використовують додаткові (диверсифіковані) джерела фінансування своєї статутної академічної діяльності;

- мають підприємницьке бачення та підприємницькі навички (риси характеру), знаходять і ефективно використовують підприємницькі можливості, у своїй освітньо-науковій діяльності застосовують підприємницькі прийоми і у складі

яких на головних позиціях знаходяться підприємці – найвищі управлінці (керівники директорату), керівники підрозділів, співробітники структурних одиниць (підрозділів);

- навчають студентів усіх категорій і слухачів курсів підприємництва і наук з організації і управління бізнесом, створюють бізнес-інкубатори, запрошують до викладацької роботи і практичного керівництва провідних (успішних) підприємців;

- комерціалізують результати своїх НДДКР (R&D) і ефективно використовують свої основні і допоміжні ресурси в комерційних цілях;

- мають тісні зв'язки з промисловістю і бізнесом, активно сприяють місцевому/регіональному інноваційному розвитку та економічному зростанню нації;

- випускники яких є результативними підприємцями, бізнесменами тощо.

Не менш дискусійним поняттям є «трансфер знань». Найпростіше визначення трансферу знань дає Оксфордський університет: Трансфер знань – це термін, який використовується, щоб охопити широкий спектр заходів на підтримку взаємовигідної співпраці між університетами, бізнесом та державним сектором [4]. Інша думка, трансфер знань – це рух знань з одного місця в інше [5].

В дослідженні групи фінських авторів [6] трансфер знань визначається як процес, за допомогою якого досвід однієї одиниці (наприклад, групи, відділу або підрозділу) впливає на інші (одиниці). Це визначення описує трансфер знань, як створення нових знань у конкретному контексті через навчання сторін і підкреслює роль обміну знаннями між сторонами. Визначення також включає в себе припущення, що знання є динамічними, а не статичними і створені та перетворені при передачі з одного контексту в інший.

Міжнародний трансфер знань — це просторово-часове переміщення технологій, високотехнологічних товарів, послуг, міграції науковців і висококваліфікованих фахівців, у результаті якого країни – реципієнти знань одержують певні вигоди з метою створення такого світового економічного порядку, за якого можна буде забезпечувати оптимальне зростання світової економіки, здійснювати вирівнювання значних диспропорцій інноваційного ландшафту на мега- та метарівнях [7].

З точки зору практичної реалізації трансфер знань – це комплекс заходів з організації всебічної взаємодії між підприємницькими університетами і зовнішнім середовищем.

Трансфер технологій – це компонент процесу трансферу знань, що забезпечує перенос нових технологій від творців до користувачів. В англійській літературі часто терміни трансфер знань та трансфер технологій є взаємозамінними. Втім ці терміни варто відрізнити в залежності від контексту вживання. При цьому міжнародний трансфер знань від національного рівня відрізняється лише місцезнаходженням та юрисдикцією учасників даного процесу.

Іншим компонентом трансферу знань є надання освітніх послуг. За даними Світової Організації торгівлі освітні послуги зазвичай визначаються з посиленням на чотири категорії: послуги початкової освіти, послуги середньої освіти; послуги вищої освіти та послуги освіти для дорослих.

Сучасній науковій літературі притаманні значні розбіжності у визначенні терміну «освітня послуга». Над питанням працює і низка вітчизняних вчених.

Зокрема, освітня послуга – це організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь [8]. Схожа думка: «Освітня послуга – це комплекс навчальної та наукової інформації, переданої громадянину у вигляді суми знань загальноосвітнього та спеціального характеру, а також практичних навичок для наступного застосування» [9].

Варто відзначити, що збоку споживача – освітня послуга – це дія скерована на отримання систематизованих знань, вмінь та навичок, а з боку провайдера цієї послуги – це протилежне – дія, скерована на надання (передачу або трансфер) вищевказаних знань, вмінь і навичок.

Існує багато підходів до визначення місця, де відбувається «продаж освітньої послуги» – до ринку освітніх послуг. Найпростіше визначення ринку освітніх послуг – це економічні відносини між провайдером та споживачами з приводу купівлі товару, яким є освітня послуга. Інша думка - ринок освітніх послуг – це ринок, в якому взаємодіють попит на освітні послуги з боку основних суб'єктів господарювання (окремих осіб, підприємств і закупівельних організацій, держави) та його пропозицію різними освітніми закладами [10].

В цей же час [11, 12] визначають ринок освітніх послуг як систему економічних відносин, що складаються між суб'єктами освітнього процесу з приводу купівлі-продажу освітніх послуг, а також для досягнення певного рівня освіти особи та нації загалом. Окрім загальновизнаних продавців і покупців освітніх послуг, до складу учасників ринку освітніх послуг зараховуються посередників – освітні фонди, служби зайнятості, біржі праці, які дозволяють освітнім послугам просуватися на ринку. Основними особливостями, які характеризують існування ринку освітніх послуг, є [13]:

- асиметричність інформації, яка передбачає відмінність у знаннях одних учасників порівняно з іншими;
- неоднакова доступність всіх суб'єктів ринку до відповідних ресурсів;
- формування ринкових відносин у сфері освіти відбувається на засадах ринкової конкуренції за впливу державного регулювання;
- самостійність вищих навчальних закладів у здійсненні своєї діяльності, включаючи можливість самим обирати напрям підготовки спеціалістів і виконання наукових досліджень;
- висока еластичність попиту на освітні послуги, швидка реакція ринку на зміни попиту;
- структурування ринку освітніх послуг проводиться за економічною та територіальною локальністю, за кон'юнктурною та сегментною ознаками;
- індивідуальність й нестандартність наданих послуг і технологій, висока диференціація продукту за однією і тією самою спеціальністю;
- розвиток функції адаптації освіти та людини до нових можливостей навчання, перенавчання, підвищення кваліфікації;
- зміни суспільної думки щодо сприйняття освіти як найважливішої передумови та основи матеріального добробуту;
- формування недержавної освіти на всіх рівнях;
- орієнтація молоді на престижні професії.

Окремим аспектом, який варто включити до змістовного тлумачення поняття трансфер знань є і інноваційна діяльність, які здійснюється підприємни-

цькими університетами. У фінансово-економічному словнику, термін «інноваційна діяльність» трактується, як діяльність, спрямована на пошук можливостей інтенсифікації виробництва та задоволення суспільних потреб у конкурентоспроможних товарах і послугах завдяки використанню науково-технічного та інтелектуального потенціалу [14].

Існує визначення [15], що інноваційна діяльність – це процес, спрямований на розроблення й реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий чи вдосконалений продукт, реалізований на ринку, у новий чи вдосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності, а також зв'язані з цим додаткові наукові дослідження й розробки.

## 5. Методи досліджень

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: аналізу та синтезу, логічного узагальнення, аналогій, порівняльного співставлення.

## 6. Результати досліджень

Незважаючи на велику кількість досліджень, проблему удосконалення функціонування підприємницького університету та його роль як суб'єкта міжнародного трансферу знань – як сукупності експорту/імпорту освітніх послуг та результатів науково-технічної та інноваційної діяльності ще не можна назвати вивченою на достатньому системному рівні дослідження.

Університет, як особлива освітньо-наукова установа, здійснює наступні основні види діяльності: надання освітніх послуг, діяльність у сфері науки і техніки та провадження інноваційної діяльності. Саме така комбінація освітньо-наукових послуг та інноваційної діяльності притаманна підприємницькому університетові.

У сучасній науковій думці немає єдності у тлумаченні поняття «підприємницький університет». Поліваріантність змістів варіюється від визначення університету, що готує підприємців, прагне інновацій у своїй роботі до ВНЗ-продавця послуг у галузі знань.

Таким чином, поєднуючи існуючі у науковій думці визначення з сучасними тенденціями функціонування ВНЗ та вимогами ринку, автор статті пропонує під **підприємницьким університетом** розуміти – вищий навчальний заклад, який через поєднання фундаментальних та практичних знань генерує заплановані ринком продукти (освітні, наукові, інноваційні), що можуть бути комерціалізовані як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках освітніх і науково-технічних послуг та інновацій.

В частині визначення поняття «освітня послуга» визначення вітчизняних вчених є близькими за змістом і наукова спільнота загалом погоджується, що освітні послуги є певним суспільним товаром із явно вираженою споживчою вартістю. Разом з тим, існують і певні проблеми з оцінкою економічної ефективності подібного роду суспільного товару, оскільки з одного боку цей товар є дорогим, а з іншого боку не підлягає чіткому кількісному підрахунку.

При цьому університет, в т.ч. числі і підприємницький, надає освітні послуги одразу чотирьом категоріям замовників (суб'єктам освітніх послуг), а саме –

державі, роботодавцям, власне собі та окремій особистості. Так, держава в даному випадку виступає замовником і регулятором освітнього процесу взагалі, роботодавець – є реципієнтом кваліфікованої робочої сили, власне сама структура – колективом творчих особистостей, що безпосередньо залучені в освітній процес, та особи, що здобувають освіту.

Визначальними для всіх суб'єктів характеристиками освітньої послуги є:

1) елементи специфікації освітньої послуги - статус видаваного документа, найменування спеціальності, строк і форма навчання, можливі сфери застосування знань, обсяг цих знань, перелік досліджуваних дисциплін;

2) вимоги до умов забезпечення освітнього процесу – кадрове забезпечення, навчально-методичне забезпечення, інформаційне та бібліотечне забезпечення, лабораторна база, використовувані технології навчання, система атестації;

3) характеристики, що визначають якість надаваних освітніх послуг – успішність осіб, що споживають освітні послуги, їх працевлаштованість, рівень психофізіологічних параметрів особистості після навчання щодо вхідного рівня.

Що ж стосується університетів – то внутрішній зміст зовнішньоекономічної діяльності для цих освітніх структур складає сукупність заходів з міжнародного трансферу знань (експорту та імпорту освітніх послуг і результатів науково-технічної діяльності), орієнтованих на світовий ринок, з урахуванням форм і методів роботи на зарубіжних ринках, а також наявних тенденцій. Фактично, на рівні університету зовнішньоекономічна діяльність - це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції та послуг, у т.ч. – у сфері освіти, а також трансфером технологій, розширенням міжнародного науково-технічного співробітництва у цій сфері [16].

Міжнародний трансфер або передача знань з метою підготовки фахівця – це основна функція будь-якого ВНЗ. Ця функція повинна розглядатися як самостійний напрям зовнішньоекономічної діяльності ВНЗ, що об'єднує і забезпечує професійну підготовку, науково-дослідну діяльність, додаткову освіту та міжнародне співробітництво.

Однією з важливих тенденцій розвитку сучасного ринку освітніх послуг є фактичне об'єднання двох термінів «експорт освітніх послуг» та «транснаціональна освіта». Відповідно до міжнародних документів під «транснаціональною освітою» розуміються всі види програм вищої освіти, комплекси освітніх курсів, або освітні послуги (включаючи послуги дистанційної освіти), при яких споживачі навчаються та знаходяться в країні, відмінній від тієї, в якій базуються освітні установи.

## **7. SWOT- аналіз результатів дослідження**

*Strengths.* Сильною стороною у проведеному дослідженні є аналіз підходів до визначення термінів «підприємницький університет», «освітня послуга» та виявлення найбільш яскравих рис та характеристик цих термінів за умови сучасних українських реалій, які доцільно використовувати при трансформації університету від дослідницького до підприємницького та виведення освітніх послуг на світовий ринок.

*Weaknesses.* Слабкою стороною є те, що більшість вітчизняних українських університетів ще не завершили перехід навіть до рівня дослідницького, а їх управлінська ланка не розуміє потенціалу підприємницького університету в забезпеченні фінансової стабільності і автономії вишу.

*Opportunities.* Можливостями для подальших досліджень є адаптація досвіду іноземних підприємницьких університетів – лідерів в формуванні ринково затребуваних освітніх послуг до вітчизняних реалій та обґрунтуванні їх актуальності та економічного впливу на розвиток освітньо-наукової галузі в цілому.

*Threats.* Загрозами для результатів проведених досліджень є те, що ринок освітніх та науково-технічних послуг постійно змінюється, з'являються нові види передачі знань, які потрібно враховувати і змінювати методики аналізу. Вплив на ринок освітніх послуг зовнішніх факторів, таких як: нестабільність країни та поглиблення освітньої кризи, деградація та старіння персоналу, від якого залежить зменшення або збільшення показників.

## **8. Висновки**

За результатами проведено дослідження:

1). Проаналізувати основні наукові підходи до визначення поняття «підприємницький університет», за результатами якого пропонується наступне авторське визначення: підприємницький університет – це вищий навчальний заклад, який через поєднання фундаментальних та практичних знань генерує затребувані ринком продукти (освітні, наукові, інноваційні), що можуть бути комерціалізовані як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках освітніх і науково-технічних послуг та інновацій. - .

2). Здійснено аналіз міжнародного трансферу знань підприємницькими університетами та визначено, що він включає в себе дві основні складові, які невід'ємно взаємопов'язані – це передача знань з метою підготовки або перепідготовки фахівця (надання освітніх послуг) та трансфер технологій (впровадження інновацій або комерціалізація науки) і є суцільною системою, складеної з трансферу освітніх послуг та трансферу технологій.

3). Дослідження підходів до поняття «освітня послуга» та її основних характеристик дозволили визначити такі її основні складові як належне кадрове забезпечення, успішність споживача та статус отримуюемого в результаті документ. Відповідно освітні послуги є товаром із споживчою вартістю. При цьому варто враховувати проблеми з оцінкою економічної ефективності подібного роду суспільного товару, яка не підлягає чіткому кількісному підрахунку.

4) Аналіз ринку освітніх послуг як системи економічних відносин з притаманними їй характеристиками дозволив дійти висновку, що у сучасних умовах університет – це де факто підприємство (не в розумінні господарського та цивільного законодавства України, але з точки зору суб'єкта ринку), яке здійснює свою роботу відповідно до ринкових умов. Головною функцією університету, безперечно, є надання освітніх послуг. Залежно від рівня затребуваності, вони можуть реалізовуватись як в Україні, так і поза її межами..

## Література

1. Subotzky, G. Alternatives to the Entrepreneurial University: New Modes of Knowledge Production in Community Service Programs [Text] / G. Subotzky // Higher Education. – 1999. – Vol. 38, No. 4. – P. 401–440. doi:[10.1023/a:1003714528033](https://doi.org/10.1023/a:1003714528033)
2. Jacob, M. Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology [Text] / M. Jacob, M. Lundqvist, H. Hellsmark // Research Policy. – 2003. – Vol. 32, No. 9. – P. 1555–1568. doi:[10.1016/s0048-7333\(03\)00024-6](https://doi.org/10.1016/s0048-7333(03)00024-6)
3. Romanovskyi, O. O. Basic concepts and definitions of entrepreneurial university [Electronic resource] / O. O. Romanovskyi // Efektyvna ekonomika. – 2012. – No. 12. – Available at: \www/URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1628>
4. What is knowledge transfer? [Electronic resource] // University of Cambridge. – May 27, 2009. – Available at: \www/URL: <http://www.cam.ac.uk/research/news/what-is-knowledge-transfer>
5. Malhotra, Y. Knowledge Transfer «Finding effective ways to let people talk and listen to one another» [Electronic resource] / Y. Malhotra. – 2002. – Available at: \www/URL: <http://km.brint.com/CBK/WorkingKnowledge5.pdf>
6. Konttinen, J. Knowledge Transfer in Service Business Development. Transfer mechanisms and intermediaries in Finland [Text] / J. Konttinen, A. Smedlund, N. Rilla, K. Kallio, R. van der Have // VTT Publications. – 2011. – No. 776. – P. 1–135.
7. Medvedkin, T. S. Imperatyvy mizhnarodnoho transferu znan v systemi hlobalnykh naukovo-tekhnolohichnykh transformatsii [Text]: Dissertation Thesis of the Doctor of Economic Sciences: 08.00.02 / T. S. Medvedkin. – Donetsk: Institute of Industrial Economics, National Academy of Sciences of Ukraine, 2013. – 40 p.
8. Aleksandrov, V. Osvitnia posluha: sut ta modeli yakosti [Text] / V. Aleksandrov // Osvita i upravlinnia. – 2006. – No. 1. – P. 156–164.
9. Obolenska, T. Ye. Marketynh osvitnikh posluh: vitchyzniani ta zarubizhnyi dosvid [Text] / T. Ye. Obolenska. – Kyiv: KNEU, 2001. – 208 p.
10. Shchetynin, V. P. Rynok osvitnikh posluh v suchasni Rosii [Text] / V. P. Shchetynin // Shkola. – 2007. – No. 3. – P. 25–28.
11. Kaleniuk, I. Osoblyvosti rehuliuвання rynku osvitnikh posluh: monohrafiia [Text] / I. Kaleniuk, L. Tsymbal. – Chernihiv: ChDIEU, 2011. – 183 p.
12. Tsymbal, L. I. Problemy rehuliuвання rynku osvitnikh posluh na suchasnomu etapi [Text] / L. I. Tsymbal // Naukovyi visnyk ChDIEU. – 2010. – Vol. 2, No. 6. – P. 43–48.
13. Khyzhniak, L. M. Problemni polia na rynku pratsi i rynku osvitnikh posluh: optymizatsiia upravlinnia [Text] / L. M. Khyzhniak // Suchasni suspilni problemy u vymiri sotsiolohii upravlinnia. – 2009. – No. 116. – P. 126–132.
14. Zahorodnii, A. H. Finansovo-ekonomichni slovnyk [Text] / A. H. Zahorodnii, H. L. Vozniuk. – Kyiv: Znannia, 2007. – 1027 p.
15. Pokropyvnyi, S. F. Innovatsiinyi menedzhment u rynkovii systemi hospodariuvannia [Text] / S. F. Pokropyvnyi // Ekonomika Ukrainy. – 1995. – No. 2. – P. 24.



16. Nakaz NTUU «KPI» No. 3–28 vid 11.02.2015 r. «Polozhennia pro zovnishnoekonomichnu diialnist v NTUU «KPI» [Electronic resource] // Zbirka normatyvnykh dokumentiv, shcho rehlamentuiut zovnishnoekonomichnu diialnist NTUU «KPI». – Kyiv: NTUU «KPI», 2016. – P. 10–13. – Available at: \www/URL: [http://icd.kpi.ua/documents/normative\\_docs/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BA%D0%B0%20%D0%BD%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA-%D1%82%D1%96%D0%B2%20%D0%97%D0%95%D0%94%2004-02-2016.pdf](http://icd.kpi.ua/documents/normative_docs/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BA%D0%B0%20%D0%BD%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA-%D1%82%D1%96%D0%B2%20%D0%97%D0%95%D0%94%2004-02-2016.pdf)

ТОЛЬКО ДЛЯ ЧТЕНИЯ