

Література

1. Грішнова О., Бех С. Соціальна відповідальність університетів України: порівняльний аналіз та основні напрями розвитку / О. Грішнова, С. Бех // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – № 158. – 2014. – С. 11–18.
2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501, [3] с.

Васильков В.Г., доцент,
кафедра економіки підприємств

ТЕНДЕНЦІЇ У СФЕРІ ВЗАЄМОДІЇ УНІВЕРСИТЕТІВ І БІЗНЕСУ

Сьогодні у сфері взаємодії університетської і бізнес-діяльності спостерігаються такі глобальні тенденції:

- Зростає кооперація між університетами та бізнесом.
- Університети тісно співпрацюють з бізнесом у сфері наукових досліджень. Отримують фінансування від підприємств під певні дослідницькі проекти, в тому числі на спільні проекти, що виконуються університетами і підприємствами разом.
- Університети надають консультаційні послуги для бізнесу, проводять семінари на замовлення підприємств.
- Університети продають результати своїх досліджень і розробок (через власні спеціально створені компанії).

Так, у Великій Британії більшість університетів пропонують консультаційні послуги для бізнесу. Наприклад, в Університеті Манчестер більшість членів університетського штату, на додаток до проведення спонсорованих дослідницьких програм, працюють із зовнішніми організаціями на консультаційній основі, надаючи професійні послуги. Також комерціалізація інтелектуальної власності є важливою фундаментальною складовою діяльності університету, в багатьох університетах цим займаються спеціально створені підрозділи або окремі юридичні особи в складі університету – так, в Університеті Манчестер цим займається ТОВ «Інтелектуальна власність Університету Манчестер».

На факультеті економіки підприємств Мюнхенського університету ім. Людвіга Максиміліана (Німеччина), кооперація з практиками в сфері економіки підприємств і маркетингу дозволяє застосовувати аналітичні інструменти до управлінських проблем. Це робить університет і підприємства кваліфікованими партнерами в управлінні бізнесом, корпоративному розвитку та маркетингових дослідженнях. Сфери кооперації простягаються від спільного викладання проектних семінарів до консалтингу та дослідницьких проектів, фінансованих підприємствами.

Загальними стратегічними орієнтирами закладів вищої освіти, орієнтованих на сучасні і майбутні виклики зовнішнього середовища і націлених на найповнішу реалізацію місії і завдань університету як соціального інституту, різними дослідниками виділяються такі:

1. формувати суспільство знань та готувати до роботи в сучасному складному, динамічному середовищі;
2. інтегрувати принципи сталого розвитку в свою діяльність і в навчальні програми;
3. готувати студентів до роботи і життя в умовах глобального, багатокультурного середовища;
4. діяти з орієнтацією на якість в усіх сферах діяльності університету та конкурентно.

Багато видів партнерства вищих навчальних закладів і фірм (цільові програми, навчання в корпоративних університетах і т.д.), по суті своїй, відносяться до товарно-грошових відносин. Роботодавець надає кошти, щоб отримати фахівця з потрібним набором знань, навичок і вмінь, а університет здійснює індивідуальне замовлення. Але така форма співробітництва не дозволяє швидко перетворити університетську освіту в цілому, подолати її консерватизм й адаптуватися до потреб ринку праці. Для цього потрібні не тільки спеціальні форми навчання, але й оновлені стандарти освіти

Задовольняючи свої соціально-економічні потреби, університет піднімає рівень своєї конкурентоспроможності, що сприяє отриманню альтернативних джерел фінансування наукової і освітньої діяльності, а підприємства-партнери отримують фахівців з необхідними сучасними компетентностями, що значно зменшує його витрати на підвищення кваліфікації та перепідготовку.