

**СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО НАУКИ І БІЗНЕСУ: ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ,  
ПРОБЛЕМИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЇХ ВИРІШЕННЯ**

*У статті досліджуються питання співпраці вищих навчальних закладів та бізнесу. Визначено поняття соціального партнерства вищих навчальних закладів та бізнес-структур. Досліджено світовий та вітчизняний досвід співпраці науки та бізнесу. Наведено основні форми такого партнерства. Визначено бар'єри для соціального партнерства науки та бізнесу і запропоновано шляхи їх усунення.*

*Ключові слова: соціальне партнерство науки та бізнесу, форми взаємодії науки та бізнесу,*

S. V. BEZVUH, A. Y. STOPCHAK  
Khmelnytskyi National University**SOCIAL PARTNERSHIP OF SCIENCE AND BUSINESS: FORMS OF  
COOPERATION, PROBLEMS AND RECOMMENDATIONS FOR THEIR SOLUTION**

*The aim of the article is an analysis of collaboration of business and universities in Ukraine, determination of her basic problems and development of recommendations in relation to their decision. In the article determination of social partnership is given and benefits are certain from the collaboration of business and education. The base models of partnership are considered in the environment of education. The basic forms of collaboration of business and universities are exposed. World experience of collaboration of science and business is investigational. The home features of partnership of universities and business are analyses. Barriers are certain to social partnership of science and business in Ukraine and the ways of their removal are offered. Thus, for stimulation of development of collaboration between institution of higher learning and business in Ukraine it is necessary to reconstruct an operating model university-business on a model university-state-business. For development of effective model of partnership it is first of all necessary to perfect a legislation, which would allow, simplified and stimulated such relations, the state.*

*Keywords: Social Science and business partnership, forms of cooperation between science and business.*

**Постановка проблеми.** В рамках модернізації освіти протягом останніх десятиліть одним з найважливіших напрямків діяльності вищих навчальних закладів (ВНЗ) стало формування ефективних моделей взаємодії з регіональною владою та бізнес-спільнотою. Партнерство бізнесу та університетів сьогодні є критично важливим для розвитку вітчизняної вищої освіти. В Україні зростає молодіжне безробіття, і, водночас, 20% роботодавців понад 2 місяці не можуть підібрати кваліфікований персонал. Згідно з однією з найбільш поширених точок зору, основна причина полягає у дисбалансі між знаннями і навичками, отриманими у ВНЗ та вимогами ринку праці, це невідповідність між навчальними програмами підготовки фахівців у ВНЗ і реальними потребами ринкової економіки. Однак, існує й інша – суперечностей між фундаментальною освітою і потребами бізнесу немає, однак від фахівців потрібно не знання готових відповідей, а «компетенція», тобто аналізувати проблеми і знаходити правильні рішення в конкретних ситуаціях [1].

На наш погляд, єдиний можливий вихід зі сформованої ситуації – це розвиток взаємодії закладів вищої освіти і роботодавців, або в широкому сенсі – науки та бізнесу. Однак формування взаємодії бізнесу та університетів в односторонньому варіанті, за програмою «постачальник-споживач», не зможе призвести до максимального результату. Необхідні інші, взаємовигідні підходи, які б стимулювали співробітництво та спільні дії обох сторін. Однак, соціальне партнерство науки та бізнесу необхідне з огляду на низку причин:

- по-перше, якісна освіта є ключовим напрямом розвитку країни;
- по-друге, багато сьогоднішніх партнерств між бізнесом та університетами є неефективними й містечковими;
- по-третє, є потреба змінювати ставлення партнерів один до одного, оскільки нині бізнес та університети — це різні світи зі своєю культурою, цінностями та історією успіхів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Соціальне партнерство у системі освіти є об'єктом особливої уваги дослідників: П. Бадаченко, В. Жукова, Г. Задорожного, А. Іонова, А. Мурав'їова, А. Рибіна О. Олейникова та ін. Міжнародний досвід співпраці університетів та бізнесу досліджували Т. Балужева, А. Данилов, Й. Даньків, І. Поправка, В. Столбов, А. Ташкінов, Н. Шевелев та ін. Досвід України у співпраці ВНЗ і компаній та її проблеми розглядали О. Вінніков, А. Зінченко, Ю. Лопатинський, М. Саприкіна, О. Янковська, І. Яскал та ін. Питанням соціального партнерства науки та бізнесу приділяється увага не лише з боку науковців, а й великими компаніями: АББ, СКМ, ІВМ, Microsoft, ОККО, Samsung, Coca Cola та ін.

Проте, окремі питання співпраці бізнесу та ВНЗ в Україні залишаються недостатньо дослідженими, що зумовлює необхідність глибшого їх вивчення.

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз співпраці бізнесу і університетів в Україні, визначення основних її проблем та розробка рекомендацій щодо їх вирішення

**Виклад основного матеріалу.** За визначенням, запропонованим Організацією економічного

співробітництва та розвитку, «партнерство» – це система співпраці, заснована на відкритих угодах між різними інститутами, що мають на меті взаєморозуміння, спільно прийняті плани і спільну роботу [2].

Партнерство у сфері вищої освіти розглядається як один з аспектів партнерства соціального, це особливий тип взаємодії освітніх установ з усіма суб'єктами ринку праці, його інститутами, а також територіальними органами управління, націлений на максимальне узгодження і реалізацію інтересів всіх учасників цього процесу. У міжнародній практиці соціальне партнерство у освіті прийнято розуміти як «взаємодію з суб'єктами економічного життя і сфери праці з метою підвищення ефективності професійної освіти і задоволення попиту на вміння та компетенції робочої сили на ринку праці» [3].

Соціальне партнерство у сфері вищої освіти розуміється нами як взаємодія закладів вищої освіти, органів державної влади та місцевого самоврядування, роботодавців, некомерційних організацій та самих студентів з метою досягнення консенсусу та задоволення потреб та інтересів кожної сторони на основі принципу соціальної справедливості. В основі соціального партнерства освіти та бізнесу лежать такі принципи:

- свобода об'єднань,
- багаторівневість співробітництва,
- рівноправність представників суб'єктів соціального партнерства,
- повноважність представників суб'єктів соціального партнерства,
- добровільність прийняття зобов'язань, примирливий характер узгодження розбіжностей.

Таким чином, соціальне партнерство у сфері освіти – це багатосторонній взаємовигідний процес. Ініціаторами співпраці можуть ставати як роботодавці, так і держава, залежно від сформованих виробничих відносин, традицій і моделей регулювання системи вищої професійної освіти.

Співпраця бізнесу та закладів вищої освіти є запорукою результативності технологічних інновацій, допомагаючи бізнесу «розвивати свої динамічні можливості з урахуванням нових форм конкурентних переваг».

Основними вигодами подібної співпраці можна назвати [4–6]:

- посилення ролі у розвитку регіональної і національної економіки.
- фінансування з відносною свободою використання коштів.
- можливість реального застосування розроблених ідей.
- доступ до високотехнологічного обладнання.
- можливість заохочення і стимулювання власних співробітників шляхом преміювання і призначення стипендій.

У світовій практиці можна виділити три основні моделі партнерства в середовищі освіти [7]:

1. Держава не грає ніякої ролі або її роль незначна (Великобританія, США). В даній моделі держава законодавчо практично не регулює професійну освіту, більшість рішень приймається на місцевому рівні, з широкою участю роботодавців.

В США роботодавці стають безпосередніми розробниками та керівниками освітніх програм і курсів. Установи професійної освіти здебільшого незалежні від держави, як з точки зору джерел фінансування, так і в плані розробки освітніх програм.

У Великобританії політика в галузі професійної освіти в основному визначається на місцевому рівні, і центральну роль відіграють роботодавці. Участь роботодавців направлено на формалізацію вимог робочих місць до кваліфікації випускників та розвиток профільних освітніх структур;

2. Держава планує і реалізує професійну освіту і навчання і управляє ним (Франція, Швеція). Для даної моделі взаємодії системи освітніх послуг і ринку праці характерний, насамперед, високий рівень державного регулювання сфери професійної освіти.

У Франції професійну освіту контролюється в основному державними органами, проте соціальні партнери беруть участь у процесі прийняття рішень через тристоронні консультативні органи.

Швецію характеризує політика активного розвитку трудових ресурсів і розвитку профорієнтації, попередньої професійному навчанню;

3. Держава визначає загальні рамки діяльності приватних компаній і організацій по здійсненню професійної освіти і навчання (Німеччина, Нідерланди, Данія).

Для німецької системи професійної освіти характерні концентрація та інтеграція освітніх ресурсів.

У Нідерландах організовані недержавні Національні ради за професійними профілями. Їх мета – посилення ступеня відповідності вимог роботодавців до якості професійної освіти. Разом з соціальними партнерами Національні ради визначають зміст програм навчання кваліфікаційні вимоги до випускників.

У Данії система вищої професійної освіти орієнтована на жорстоку спеціалізацію: з третього курсу навчання загальним дисциплінам, не пов'язаним з профілем майбутньої діяльності, припиняється; нахил робиться на придбання спеціальних умінь і навичок з обраної професії.

Зарубіжний досвід розвитку партнерства бізнесу та університетів свідчить, що розбудова такої співпраці неможлива без активної підтримки з боку держави. В першу чергу, це стосується створення такого правового поля, що стимулює бізнес брати студентів та аспірантів на практику, проводити спільні з університетами дослідницькі проекти.

Взаємодія освітнього закладу з соціальними партнерами може здійснюватися в різних формах. У сферу соціального партнерства можна віднести, наприклад, такі питання:

- формування стратегії розвитку навчального закладу;
- зміст освіти, організація освітнього процесу, контролю якості освіти;
- вивчення ринку праці;
- кадрове та матеріально-технічне забезпечення;
- залучення додаткових фінансових коштів і ресурсів.

Форми взаємодії закладів вищої освіти та бізнесу можна поділити на універсальні та специфічні (рис. 1). Найкращою формою є повномасштабна взаємодія [8]. Однак, така форма не створюється одразу, а формується як результат тривалої взаємодії/співпраці університетів та бізнесу.

Ярмарки вакансій є найбільш відомою та поширеною формою взаємодії ВНЗ та бізнесу. У таких заходах можуть брати участь як великі, так і невеликі компанії. Серед переваг для бізнесу від такої форми співпраці можна виділити можливість налагодження відносин з навчальним закладом, вихід на інші форми співробітництва, презентація компанії у якості роботодавця студентській аудиторії. Для закладів освіти ярмарок вакансій є своєрідним показником успішності співпраці з роботодавцями, можливість показати студентам масштаби взаємодії з компаніями міста, підкреслити, ВНЗ не лише надає можливість отримати освіту, а й сприяє працевлаштуванню.

Спонсорство або партнерство в рамках конференцій (форумів) дає можливість роботодавцям «придивитись» до студентів, як до потенційних працівників.

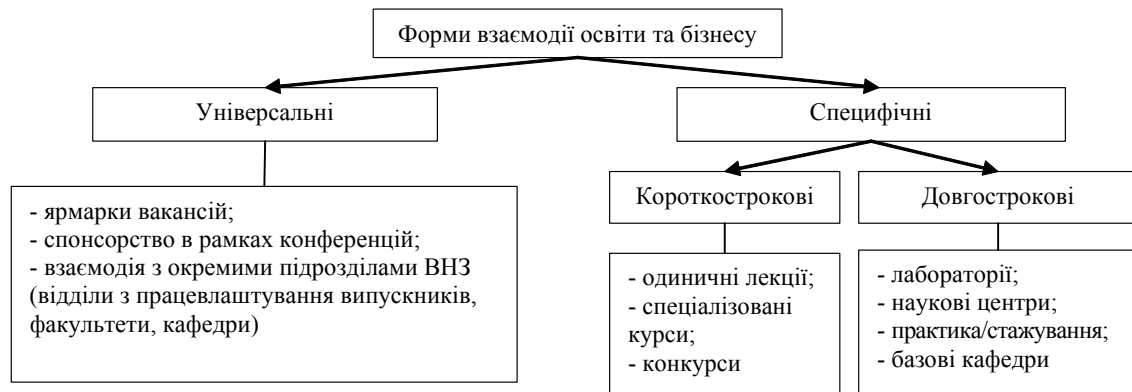


Рис. 1. Форми соціального партнерства вищих навчальних закладів та бізнесу

Важливою універсальною формою взаємодії освіти та бізнесу, особливо для великих університетів зі значним переліком напрямів підготовки, є взаємодія приватних компаній не з ВНЗ в цілому, а з його підрозділами. Наприклад, з відділами з працевлаштування випускників. Звернення роботодавця безпосередньо на кафедри та у відділи працевлаштування для закриття вакансій – це скоріше непрямий шлях пошуку персоналу, але такий спосіб може стати хорошим доповненням до основних шляхів пошуку спеціалістів. Ще однією метою безпосереднього звернення роботодавців на кафедри відповідного профілю є наукове співробітництво із залученням студентів (науково-дослідні роботи, курсові, дипломні роботи) для вирішення конкретних проблем компанії.

Останнім часом набувають поширення специфічні форми залучення роботодавців до навчального процесу ВНЗ. Такі заходи можуть мати як короткостроковий характер, так і бути побудовані на довготривалому співробітництві. Навіть поодинокі лекції представників бізнесу дозволяють урізноманітнити навчальний процес, додати практичного характеру теоретичним матеріалам. Компанії у такий спосіб можуть представити себе студентам.

Взаємовигідною формою взаємодії на базі навчальних закладів може стати організація лабораторій, наукових центрів, базових кафедр. При такому співробітництві ВНЗ отримує сучасне обладнання, розвиваються нові напрями роботи зі студентами. Роботодавці у такий шлях отримують можливість підготовки кадрів відповідно до специфіки компанії. Наукові центри та лабораторії дозволяють бізнесовим структурам відбирати кращих студентів, надавати їм місце для проходження практики (стажування), згодом надати повноцінне робоче місце.

При виборі форми організації взаємодії освіти та бізнесу необхідно враховувати перехід України до двоступеневої моделі освіти, що не може не торкнутись роботодавців. Бакалаври також підготовлені як спеціалісти у певній галузі, але не повинні бути дискримінації. Однак, запровадження магістратури веде до підготовки вузько спрямованої підготовки. Тут можливий варіант підготовки магістра під конкретних роботодавців за рахунок їх коштів. Це до того ж дозволяє позбутись проблеми конкуренції за студента між ВНЗ та роботодавцем, оскільки велика частина студентів хочуть паралельно працювати та продовжувати навчання у магістратурі. Роботодавець «відволікає» студента, коли він починає працювати повний день,

навчання відходить на другий план. У такому разі ВНЗ втрачає хорошого студента, оскільки роботодавець його активно задіює. Рішення цієї проблеми полягає у створенні базової кафедри, яка готує магістрів під потреби компанії. Наприклад, магістрант перший рік лише навчається, на другий рік починає працювати у режимі часткової зайнятості. Роботодавець у такому випадку знає, що це їхні майбутні працівники й готовий йти на поступки.

Отже, залучення роботодавців до навчального процесу, як довгострокове, так і короткострокове, має багато переваг: збагачує знання студентів у певній галузі (студенти отримують останні новини зі світу бізнесу, останні технології, виробничі технології інших компаній, банківські технології, тощо), дозволяє урізноманітнити навчальний процес, зближує теорію та практику, бізнес-тенденції і вищу освіту. Недоліком є те, що така співпраця вимагає певних витрат (часу, фінансових та ін.), які не кожна компанія може собі дозволити.

В Україні співпраця ВНЗ і бізнесу розвинута на невисокому рівні.

Найпоширенішими формами співпраці ВНЗ із бізнесом в Україні є:

- проходження практики (короткострокової) на базі компанії;
- стажування (довгострокове) на базі компанії;
- проведення навчальних курсів та обладнання лабораторій від компаній;
- проведення студентських конкурсів від компаній.

Найбільш поширена форма взаємодії роботодавців та ВНЗ в Україні – проходження практики (короткострокової) на базі компанії. У такий шлях ВНЗ організують щорічну співпрацю з підприємствами, установами та організаціями міста та області. Бізнес має змогу обрати студентів з огляду на майбутнє працевлаштування, ВНЗ отримують можливість пов'язати набуті студентами теоретичні знання з практичним досвідом.

Схожою формою співпраці є стажування (довгострокове), що дозволяє студентам зануритись у робочу атмосферу компанії, але при цьому студенти мають можливість поєднувати це із навчанням. Великі міжнародні компанії пропонують довгострокові програми стажувань, до того ж передбачають оплату, навчання і розвиток [9]. У деяких компаніях стажування може стати початковою сходинкою працевлаштування. Наприклад, студент-стажер бере повноцінну участь у розробках, пише код, веде тестування, якщо це відділ тестування тощо. Після закінчення терміну стажування є кілька варіантів розвитку подій. Це може бути перехід на постійну позицію за її наявності або продовження стажування, якщо студент продовжує навчатися, наприклад, в аспірантурі. Якщо студент закінчив вчитися, а вакансії відсутні, то влаштовується на постійну роботу в іншу компанію, при цьому компанія, якщо стажер заслуговує, дає позитивні відгуки.

Прикладів обладнання компаніями лабораторій ВНЗ є досить багато.

Найяскравіший приклад реалізації проекту з надання ВНЗ новітнього устаткування і технологій у форматі навчальних центрів в Україні – міжнародні освітні програми Intel, які з 2004 року почали активно впроваджуватися і в Україні: Intel «Навчання для майбутнього», Intel «Шлях до успіху», Intel ISEF та проект електронного навчання в моделі «1 учень – 1 комп'ютер».

Одеська національна академія харчових технологій отримала від компанії «НІБУЛОН» чотири сучасні високотехнологічні лабораторії, які дадуть можливість на практиці оволодіти методами й технологіями контролю якості зерна, автоматизації процесів управління елеваторами та іншими елементами процесу зберігання зерна та підготовки його до реалізації.

Компанії не лише проводять купівлю нового устаткування для ВНЗ. Вони можуть проводити лекції і майстер-класи для викладачів і студентів, а також направляти своїх працівників на проходження навчання чи підвищення кваліфікації на базі цих лабораторій.

Так, компанія АВВ відкрила навчально-технічний центр у КПІ. В результаті здійсненого проекту на факультеті електроенергетехніки та автоматики спільними зусиллями представників АВВ та професорсько-викладацького складу була створена унікальна навчальна база для прикладного вивчення електротехнічних наук, аналогів якої немає не лише в Україні, а й в країнах СНД [10].

Після створення навчально-технічного центру співпраця АВВ та ФЕА продовжилася. Викладачі факультету проходять тренінги корпоративного університету АВВ, які дають змогу більш детально вивчити технологічні особливості встановленого обладнання та стати сертифікованими фахівцями, спроможними проводити тренінги для інженерного персоналу різного рівня. За участі технічних спеціалістів АВВ професорсько-викладацький склад ФЕА розробив серію лабораторних робіт, які виконуватимуть студенти на базі навчального центру. Центр також дасть можливість підвищувати кваліфікацію технічних спеціалістів, які вже працюють в українських енергокомпаніях.

Крім того, більшість великих компаній запроваджують освітні проекти на базі власних підприємств. Так, в Україні широко відомі програми Microsoft IT Academy, навчальна програма KPMG K-Foundation, Тренувальний табір GL Base Camp GlobalLogic, Українська аграрна школа, Академія бухгалтерської справи та Агроперспектива від Агрохолдингу «Мрія», «В майбутнє – разом!» Інтерпайп тощо [11].

Частина компаній намагаються провести студентські конкурси, спрямовані на розробку нових брендів, технологій або комунікаційних/маркетингових стратегій компанії. Так, Henkel проводить щорічний

студентський конкурс інновацій Henkel Innovation Challenge, в рамках якого потрібно розробити новий продукт або технологію для одного з брендів Henkel у 2050 році. Інший приклад – Brandstorm від L’Oreal. Конкурсне завдання передбачає розробку нового продукту L’Oreal та унікальну комунікаційну стратегію. Переможці національного конкурсу презентують свої проекти топ-менеджерам L’Oreal на міжнародному фіналі у Франції.

В Україні розвиваються й інші форми взаємодії компаній з ВНЗ, як-от:

- екскурсії на підприємство,
- цільові внески на розвиток ВНЗ (ендаументи),
- видання підручників та іншої навчальної літератури,
- підтримка досліджень, підготовка дипломних робіт тощо.

Проте, поширеності вони ще не набули.

При виборі форми взаємодії багато залежить від того, як налаштований роботодавець. Почати налагодження співпраці варто із універсальних форм, адже будь-який роботодавець може взяти участь у ярмарку вакансій, співпрацювати з відділом працевлаштування. Специфічні форми повинні враховувати спрямованість вузу, перелік спеціальностей, рівень освіти студентів, тому передбачає більш глибоку співпрацю ВНЗ та підприємств.

Побудова оптимальної форми взаємодії науки та бізнесу потребує поєднання різних способів співпраці, мережевої схеми взаємодії. Чим більше зв'язків буде налагоджено, тим тіснішою буде співпраця між наукою та бізнесом.

Перевагами співпраці для ВНЗ є вирішення проблем із працевлаштуванням, можливість відстежувати трудову долю студентів, вносити корективи до співробітництва, шукати напрями її удосконалення. Також позитивним є інформування студентів щодо великих роботодавців «з перших рук», адаптація до робочих умов в під час практики та стажувань. Переваги для роботодавців полягають в тому, що вони отримують доступ до аудиторії, яка володіє необхідними базовими знаннями, роботодавець має можливість вибору найбільш талановитих кандидатів. У тих випадках, якщо співпраця була успішною, компанія стала привабливою для основної маси студентів, складається не тільки успішна взаємодія навчального закладу та роботодавця, а й відкривається додатковий канал залучення кадрів - зв'язок з випускниками.

Як недолік для ВНЗ слід відмітити, що студенти відволікаються від навчального процесу, крім того, вторинна зайнятість може негативно впливати на успішність студентів, адже незасвоєний матеріал, що викладається у ВНЗ, здатний знизити конкурентоспроможність майбутнього фахівця на ринку праці [7]. Для роботодавця ж недоліком є те, що студенти не можуть стати повноцінними працівниками, які вкладаються в процес зі стовідсотковою віддачею.

Розвитку партнерства бізнесу та університетів в Україні заважає ціла низка бар'єрів для ефективної співпраці. Дані бар'єри різні як для ВНЗ, так і для бізнесу. До них відносяться [11, 12, 13]:

- недостатня поінформованість бізнесу про можливості співпраці з ВНЗ;
- нерозуміння бізнесом реалій і умов роботи ВНЗ;
- орієнтованість бізнесу лише на швидке отримання прибутку. Бізнес готовий вкладати кошти в те, що приносить швидкий результат, а не в довгострокові проекти як підготовка кваліфікованих кадрів;
- складність узгодження правових параметрів інтелектуальної власності;
- проблеми конфіденційності інформації;
- недостатність фінансових ресурсів у бізнесу для розширення партнерства з ВНЗ;
- неготовність компаній надавати майданчики та обладнання для здобуття викладачами і студентами практичних навичок;
- бюрократичність ВНЗ;
- небажання адміністрації ВНЗ брати на себе додаткове навантаження і проблеми;
- відсутність видимої зацікавленості ВНЗ у працевлаштуванні власних випускників;
- пасивна і консервативна позиція ВНЗ по відношенню до бізнесу, яка полягає в переконаності в тому, що вища школа бездоганна і може готувати необхідних спеціалістів;
- вимоги деяких навальних закладів сплачувати кошти за заходи, які проводять компанії (семінари, презентації тощо);
- відсутність у ВНЗ підрозділів чи конкретно визначених осіб, що відповідають за контакти з бізнесом (від координації профорієнтаційних ініціатив (ярмарки вакансій, дні кар'єри, презентації компаній-роботодавців) до питань інтеграції бізнесу в освітній процес). Компанії, що бажають взаємодіяти інколи змушені одночасно співпрацювати з декількома людьми по різних питаннях;
- відсутність свіжих стандартів навчання і карт-навиків сучасних професій, на основі яких можуть розроблятися нові програми підготовки спеціалістів. Учбові плани не відповідають реальному життю;
- відсутність чітких юридичних аспектів легалізації і затвердження питань взаємодії бізнесу і ВНЗ.

Дослідження «Досвід працевлаштування випускників навчальних закладів: погляд випускників та роботодавців», проведене Центром розвитку КСВ, показало, що, на думку представників ВНЗ, основними бар'єрами є [1]: недостатня поінформованість бізнесу про можливості співпраці з ВНЗ; орієнтованість бізнесу лише на швидке отримання прибутку.

До найменш істотних бар'єрів представниками ВНЗ були віднесені відсутність конкретно визначених осіб у ВНЗ, що відповідають за контакти з бізнесом; нерозуміння бізнесом реалій і умов роботи ВНЗ.

Проте за вищезазначеними дослідженнями чинники, що віднесені ВНЗ до неістотних, на думку представників бізнесу, є більш вагомими бар'єрами в розвитку співпраці. Вони відносять до найбільших перешкод для налагодження співпраці нерозуміння вищими навчальними закладами реалій бізнес-світу; бюрократичність ВНЗ.

Слід підкреслити, що, за результатами канадського опитування компаній, нерозуміння університетами реалій бізнес-світу, бюрократичні перешкоди теж є головними бар'єрами у взаємодії компаній і університетів (майже третина опитаних компаній – по 29%, відзначили їх як головні проблеми у співпраці). Отож Україна не є винятком. Крім того, респонденти відзначили такі чинники, як недостатність внутрішніх ресурсів для підтримки ефективного партнерства (25% респондентів), проблеми з визнанням інтелектуальної власності (15%) та різницю в організаційній культурі (14%).

Частина компаній не бажають співпрацювати із ВНЗ, оскільки не бачать можливостей останніх підготувати висококласного спеціаліста і цю функцію вони беруть на себе, коли приймають на роботу випускника університету. До причин неможливості ВНЗ надати студенту необхідний рівень знань вони відносять:

- недостатність строків практики студентів;
- застарілі знання у викладачів;

- застарілий стан техніки і обладнання. За словами директора Департаменту науково-освітнього забезпечення АПК і сільських територій Мінагрополітики, який курирує роботу профільних ВНЗ Сергія Кадигроба жоден ВНЗ чи технікум не може собі дозволити придбати трактора, наприклад, John Deere, щоб викладачі із студентами могли вивчати по ним побудову двигуна [13];

- відстороненість бізнесу від визначення змісту освіти та її якості безпосередньо у ВНЗ.

Для формування і розвитку партнерств між бізнесом та університетами потрібно реформувати модель співпраці ВНЗ-державно-бізнес.

Так, на державному рівні необхідно внести зміни в законодавство в частині:

- надання більшої автономності ВНЗ в управлінні та фінансуванні;
- спрощення процедури отримання благодійної допомоги ВНЗ;
- спрощення процедури внесення змін до навчальних програм і планів ВНЗ, передбачення можливості участі компаній у цьому процесі. Надати можливість бізнесу брати участь у визначенні спеціальностей та карт-навіків по ним, якими студент має володіти по закінченню ВНЗ;

• урегулювання питань захисту інвестицій і прав інтелектуальної власності при розвитку партнерства;

• запровадження податкових пільг та заходів нематеріального стимулювання для компаній, які започатковують програми партнерства з ВНЗ (в тому числі, при наданні практики студентам, викладачам та ін.);

• запровадження на перших етапах додаткового фінансування з боку держави спільних дослідних проєктів ВНЗ і бізнесу;

• передбачення можливості створення й діяльності інноваційних підприємств шляхом об'єднання зусиль і ресурсів компаній та ВНЗ для реалізації проєктів і програм у сфері досліджень та розвитку;

• створення Інтернет ресурсу, на якому ВНЗ і бізнес зможуть розміщувати свої пропозиції і потреби (наприклад, бази тем дипломних робіт, колонки фахівців про планування кар'єри у різних галузях, інформацію про проєкти компаній для студентів, вакансії для студентів тощо);

• забезпечення проведення заходів (виставки, ярмарки та ін.), де могли б зустрітись представники ВНЗ та бізнесу з питань налагодження та удосконалення партнерства;

• запровадження можливості ВНЗ залучати бізнес до власних дорадчих органів чи органів управління;

• запровадження обов'язковості розподілу частини держзамовлень лише серед спільних інноваційних центрів ВНЗ і бізнесу та надання переваги при конкурсній основі спільним інноваційним центрам;

• запровадження обов'язковості частки викладачів представників бізнесу у професорсько-викладацькому складі.

Для налагодження співпраці з компаніями ВНЗ в першу чергу необхідно:

• розробити та прийняти документи, які чітко визначають політику в сфері партнерства (ці документи повинні бути публічними і доступними для широкої громадськості);

- призначити окрему особу, яка буде нести відповідальність за контакти з бізнесом;

• реформувати роботу центрів працевлаштування, які на сьогодні не виконують своїх функцій (наприклад, створення додаткової групи з HR-менеджерів);

- залучати представників бізнесу до органів управління навчальним закладом;

- за умов практичної реалізації академічної свободи – збільшувати обсяги практичної підготовки

студентів, починаючи з молодших курсів, впроваджувати нові спеціальності та курси, які пропонуються бізнесом;

- створення Інтернет ресурсів для спілкування студентів з представниками бізнесу;
- залучати бізнес до викладання дисциплін або проведення майстер-класів.

При зацікавленості компаній у співпраці із ВНЗ їм доцільно:

- розробити та прийняти документи, які чітко визначають політику в сфері партнерства (ці документи повинні бути публічними і доступними для широкої громадськості);
- призначити окрему особу, яка буде нести відповідальність за контакти з університетами;
- інвестувати кошти у поліпшення лабораторного обладнання університетів, оскільки така інвестиція дозволить отримати студентами навиків роботи на сучасному обладнанні, і відповідно, скорочує тривалість адаптації молодих фахівців, та підвищує якість дослідницької роботи;
- активно долучатися до процесу формування змісту освіти, зокрема, до робочих груп з розробки професійних стандартів;
- сприяти активності професійних об'єднань роботодавців у процесі реформування вищої освіти в Україні.

**Висновки.** За результатами проведеного аналізу можна говорити про існування різноманітних форм співпраці закладів освіти та приватних компаній. До універсальних каналів відносять ярмарки вакансій, звернення до відділів сприяння працевлаштуванню випускників, окремих підрозділів ВНЗ. У якості специфічних шляхів виступають короткострокові заходи, наприклад разові лекції або невеликі курси, конкурси. ВНЗ у цьому випадку орієнтуються на специфіку навчальних планів. При використанні таких занять ВНЗ урізноманітнює навчальний процес, студенти мають доступ до знань не тільки на теоретичному, але й практичному рівні, отримують інформацію про нові технології зі світу бізнесу.

Більш складна система взаємодії в рамках навчального процесу у ВНЗ пов'язана із організацією лабораторій, наукових центрів та базових кафедр. Лабораторії, хоча і вимагають від компанії суттєвих матеріальних затрат, дають роботодавцю впевненість у тому, що студенти будуть мати практичні навички роботи з продуктом, будуть знати специфіку виробничого процесу. Базові кафедри дозволяють студентам виконувати дослідницькі проекти з урахуванням специфіки роботодавця. Компанія в цьому випадку отримує не тільки освічений персонал, а й працівників, які поєднують у собі потенціал науковця і практика. Можлива також співпраця на базі підприємств. Це можуть бути разові відвідування підприємства для ознайомлення, система проходження практики, стажування.

При реалізації специфічних форм співпраці підприємства, як правило, орієнтуються на цільові заклади освіти, факультети, напрями підготовки.

При цьому компанії витрачають певні ресурси (матеріальні, часові, людські), але тим самим забезпечують собі потік кадрів певної кваліфікації та досвіду. ВНЗ при цьому отримують впевненість у працевлаштуванні випускників, можливість відстежувати затребуваність на ринку праці випускників різних спеціальностей. На даному етапі і закладам освіти, і приватним компаніям необхідно не тільки підтримувати існуючі форми взаємодії, здійснювати пошук нових форм, а й аналізувати ефективність того чи іншого виду співпраці для модернізації і поліпшення.

Зарубіжний досвід розвитку співпраці університетів і компаній показує, що дане партнерство активно має підтримувати і стимулювати держава. Тобто, нова модель має бути побудована як співпраця з сторін, а саме: університету, держави і компанії.

В Україні партнерство університетів і бізнесу розвинуто на невисокому рівні. До найпоширеніших форм співпраці ВНЗ із бізнесом в Україні відносять: проходження практики на базі компанії; стажування на базі компанії; проведення навчальних курсів та обладнання лабораторій від компаній; проведення студентських конкурсів від компаній.

Основними бар'єрами у розвитку співпраці між університетами і бізнесом в Україні виступають нерозуміння ВНЗ реалій бізнес-світу та їх бюрократизованість.

Для стимулювання розвитку співпраці між ВНЗ і бізнесом в Україні необхідно перебудувати діючу модель університет-бізнес на модель університет-держава-бізнес. Тобто для розвитку ефективної моделі партнерства в першу чергу державі необхідно вдосконалити законодавство, яке б дозволяло, спрощувало і стимулювало такі відносини. Сама ж модель партнерства має бути побудована на таких елементах: носити стратегічний характер; мати вплив на загальний рівень підготовки спеціалістів; мати чітко визначені довгострокові цілі та результати партнерства; використовувати комплекс форм співробітництва, які мають між собою логічний взаємозв'язок.

## Література

1. Досвід працевлаштування випускників вищих навчальних закладів: погляд випускників та роботодавців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bestuniversities.com.ua>.
2. Організація економічного співробітництва та розвитку // The Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oecd.org>.

3. Олейникова О.Н. Социальное партнерство в сфере профессионального образования в странах Европейского Союза / О.Н. Олейникова, А.А. Муравьева // Высшее образование в России. – 2009. – № 6. – С. 111–120.
4. Поправка И. Сотрудничество бизнеса с вузами: возможности для обеих сторон / И. Поправка // Управление персоналом – Украина. – 2014. – № 2. – С. 28–29.
5. Даньків Й.Я. Співпраця університетів і підприємств на сучасному етапі розвитку соціально-економічних відносин України / Й.Я. Даньків, М.С. Попович, Ю.Я. Волошина // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2013. – № 4. – С. 81–84.
6. Нямышук Г.В. Ефективність діяльності вищих навчальних закладів у стратегічному партнерстві з бізнесом / Г.В. Нямышук // Стратегія економічного розвитку України. – 2013. – № 33. – С. 265–270.
7. Балужева Т.В. Взаимодействие вуза с работодателями как фактор успешного трудоустройства выпускников / Т.В. Балужева // Международный электронный журнал. Устойчивое развитие: наука и практика. – 2014. – № 1. – С. 3–10.
8. Стратегическое партнерство вузов и бизнес-сообщества / А. А. Ташкинов, Н. А. Шевелев, А. Н. Данилов, В. Ю. Столбов // Университетское управление. – 2011. – № 6. – С. 44–52.
9. Лопатинський Ю. Програма ТЕМПУС: налагодження співпраці університету з роботодавцями [Електронний ресурс] / Ю. Лопатинський, І. Яскал // Програма ТЕМПУС: налагодження співпраці університету з роботодавцями. – Режим доступу : <http://cap4com.eu>.
10. Практики КСВ в Україні 2013 / під ред. Саприкіної М.А., Янковської О.І. / Центр «Розвиток КСВ». – К., 2014. – 113 с.
11. Якісна вища освіта: роль партнерств / Зінченко А., Саприкіна М., Янковська О., Вінніков О. – К., 2013. – 20 с.
12. Звіт за результатами I Національного Форуму «Бізнес і університети» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/ForumReport\\_Final.pdf](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/ForumReport_Final.pdf).
13. Звіт за результатами II Національного Форуму «Бізнес і університети: трансформація освіти» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2015/02/II\\_Forum\\_Report\\_f.pdf](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2015/02/II_Forum_Report_f.pdf).

Надійшла 10.09.2015; рецензент: д. е. н. Хрущ Н. А.