

обов'язків особи в процесі соціально-економічних перетворень, технічного прогресу та реформування освіти в Україні.

**О.В. Головка**, канд. іст. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

**Н.В. Петренко**, канд. пед. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

**С.М. Руденко**, канд. філол. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

## **КОНВЕРГЕНЦІЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ Й БІЗНЕСУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД**

Вища освіта час від часу потребує оновлення відповідно до вимог часу. Європейська вища освіта реформується вже понад двадцять років. Зміни, започатковані в 1990-х рр., значною мірою відбивають адаптування позитивного досвіду США в освітній сфері до європейських реалій. Прагматизм і раціоналізм американської системи вищої освіти в поєднанні з європейським лібералізмом сприяли перерозподілу керівних повноважень у міністерствах, коледжах та університетах. Держава перейшла до наглядової ролі у сфері вищої освіти, делегувавши більшість своїх повноважень керівництву, колективам, радам коледжів та університетів.

XXI ст. ставить перед вищою освітою нові завдання зі створення альтернативних моделей навчання, потенційно більш привабливих та економічно ефективних. З одного боку, викладач опинився в умовах, коли він уже є не стільки носієм абсолютного знання, скільки модератором навчального процесу, диригентом самостійного навчання здобувачів освіти внаслідок розвитку Інтернету, який розірвав локальний та особистісний зв'язок між ним та студентами. З іншого боку, нові моделі сучасної європейської вищої освіти зумовлюють тісні зв'язки студентів з роботодавцями, які шукають кваліфікованого персоналу.

Концепцію «підприємницького університету» (університету як бізнес-моделі) сформулював сучасний соціолог американської освіти Бартон Кларк. Університети такого типу, по-перше, орієнтовані на потреби ринку, по-друге, активно формують внутрішнє середовище відповідно до потреб подальшого ефективного розвитку закладу. У цій концепції увага акцентується на тому, що саме університет має зробити самостійно, щоб успішно відповідати зовнішнім викликам. Вона побудована на вивченні досвіду динамічних та успішних університетів, що розвиваються і є взірцевими. Ефективне колективне підприємництво не виводить заклад за межі його академічної діяльності, а навпаки, сприяє використанню додаткових ресурсів та створенню інфраструктур, що зміцнюють репутацію університету.

Б. Кларк пропонує надати традиційним університетським структурам додаткові функції об'єктів підприємницької діяльності через посилення управлінського ядра; диверсифікацію джерел фінансування; стимулювання професорсько-викладацького складу; розвиток інтегрованої підприємницької культури.

Складником сучасної європейської освітньої реформи є скорочення державних (бюджетних) коштів саме на вищу її ланку. Тому сучасні європейські університети перебувають під надзвичайним тиском – не тільки випускати більше та краще підготовлених, кваліфікованих фахівців, але й робити це, спираючись переважно на власну фінансову спроможність. Обмежене державне фінансування значної кількості європейських ЗВО висуває перед ними завдання залучення додаткових коштів, серед яких:

1) реалізація науково містких, практично й соціально орієнтованих досліджень та проектів;

2) створення бізнес-інкубаторів, розробка стартапів;

3) входження коледжів та університетів до системи виробничих відносин, сфери надання послуг згідно з науковою і професійною спеціалізацією;

4) розширення доступу до освіти через запровадження нових типів освітніх закладів: коледжів професійної та спеціалізованої підготовки, середніх, початкових і навіть дошкільних розвиваючих закладів на базі діючого університету; віртуальних університетів;

5) інтернаціоналізація європейської вищої освіти через мобільність студентів і науковців, що сприяє конкуренції, і зрештою – підвищенню якості освітніх послуг;

6) післядипломна, безперервна освіта, що створюють джерело постійного прибутку для ЗВО й одночасно задовольняють потреби ринку праці тощо.

Джерела доходів ЗВО стають усе більш різноманітними, серед яких навчання є лише одним з них. На сьогоднішній день практично кожний великий університет Західної та Центральної Європи є бізнес-моделлю вищої освіти з надання освітніх, наукових, консультаційних, виробничих тощо послуг. Маркетингова діяльність є, напевне, найбільш різкою зміною у європейській вищій освіті кінця ХХ – початку ХХІ ст. Перехід коледжів та університетів до більш підприємницької, адаптивної та ринково-орієнтованої поведінки, сприяє її диверсифікації. З іншого боку, бізнес-модель вищої освіти накладає серйозну відповідальність на кожного працівника ЗВО, розуміння свого місця в такій організації праці, готовність до повної прозорості та публічності своєї діяльності.