Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2022; 4(221): 5-12
УДК 330.341.1:378.4
JEL classification: I21, I22, L19, C49
DOI: https://doi.org/10.17721/1728-2667.2022/221-4/1

С. Білокриницька, асп.
ORCID ID: 0000-0001-5272-6776
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

SPACE-АНАЛІЗ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ УКРАЇНИ

Світовий тренд розвитку підприємництва не оминув Україну й набуває особливого значення за участі університетів. У дослідженні розкрито сутність підприємницького університету та його роль у країні. Для розв'язання проблеми була використана спеціальна наукова методологія побудови категорії. У дослідженні перевірено основні гіпотези щодо ефективності застосування моделі підприємницьких університетів. Згідно з отриманими даними, кілька університетів в Україні були визначені як такі, модель яких наближена до підприємницького типу. За допомогою SPACE-аналізу було окреслено стратегії розвитку для вітчизняних університетів підприємницького типу. Визначено напрями управлінських практик для подолання бар'єрів у співпраці між закладами вищої освіти та бізнесом, що забезпечить інноваційність і підтримання високого рівня якості освіти, підвищення конкурентних позицій підприємницьких університетів.

Ключові слова: підприємницький університет, стратегічний аналіз, SPACE-аналіз, вища освіта.

Постановка проблеми. Умови функціонування університетів на ринку зазнають постійних змін через турбулентність впливу факторів макромаркетингового середовища. Зокрема, в Україні чинниками впливу є зміна державного регулювання сфери освіти, розвиток ринкових відносин, загострення конкуренції на внутрішньому й зовнішньому ринках у зв'язку з відкритістю кордонів та інтернаціоналізацією сфери освіти у світовому просторі, інтеграція в європейський освітній простір тощо.

Для сучасного університету характерна наявність таких трьох видів діяльності: освітня, наукова й інноваційна. Проте кожна з них значною мірою диференційована та/або інтегрована залежно від напряму діяльності університету, його стратегії розвитку. Водночас створення нових знань, навчання висококваліфікованих фахівців і проведення якісних наукових досліджень залишаються вирішальними аспектами функціонування університетів у конкурентному середовищі. Так, частина закладів вищої освіти зберігає орієнтацію на домінування освітньої діяльності, а науково-інноваційну діяльність підтримує лише в разі потреби для подальшого вдосконалення навчального процесу та зростання кваліфікації викладачів. Низка інших університетів імплементують у свою діяльність підприємницьку модель розвитку. Отже, спостерігається трансформація ролі й місії університетів і вищої освіти загалом.

В Україні з 2020 р. розпочалась великомасштабна реформа закладів вищої освіти, яка має змінити механізм фінансування й управління університетами. Основні напрями реформи зосереджені на розвитку інноваційної та підприємницької діяльності університетів, розширенні прав державних університетів, запровадженні освіти дорослих. У науковій сфері реформа має на меті зупинити ізоляцію наукових досліджень, упровадити їхні результати, сформувати запит на якісну підготовку дослідників та якісні розробки у сфері фундаментальних і прикладних наук, інтегрувати вищу освіту та науку в освітній і дослідницький простір Європейського Союзу [29].

У зазначених вище умовах розвитку освітніх систем, загострення конкурентної боротьби на ринку змінюється і парадигма моделі функціонування закладів вищої освіти. Зміна моделі діяльності університету, зменшення його державного фінансування, залучення приватних інвесторів та інтенсифікація підприємницької діяльності привели до появи поняття "підприємницький університет", яке відображає принципово нову модель функціонування закладу вищої освіти. Водночас підприємницькі університети відіграють велику роль в економіці країни та окремих її регіонів шляхом побудови зв'язків із бізнесом, створення кластерів, участі в проєктах третіх сторін, передавання знань і проведення наукових досліджень [10; 11; 14; 15]. Це зумовлює важливість досліджень, спрямованих на виявлення особливостей підприємницького університету. Крім того, у зв'язку з різноманітністю процесів і багатоваріантністю факторів, що впливають на діяльність університету, активно зростає важливість управлінського стратегічного аналізу в його діяльності заради визначення стратегії подальшого розвитку на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У загальному аспекті дослідження питань функціонування університетів і вищої освіти, їх мети діяльності та інноваційної складової було висвітлено рядом українських та іноземних вчених, таких як: В. Андрущенко, Т. Воронкова, В. Журавльов, Д. Ільницький, Г. Іцковіц, І. Каленюк, Г. Константинов, Д. Лук'яненко, І. Новікова, С. Резніков, О. Романовський, М. Ситницький, Я. Столярчук, С. Філонович, Л. Цимбал, А. Чухно та ін. Серед науковців, які досліджували поняття "підприємницький університет" та його концепції, – Ф. Альтбах, Г. Вільямс, Т. Гіннес, М. Джейкоб, Д. Ділл, Д. Кірбі, Б. Кларк, Г. Константинов, Дж. Крісман, Д. Одреч, Й. Рьопке, Г. Саботські, Дж. Салмі, А. Старостіна, С. Філонович, С. Фрейсер, Т. Хайнес, П. Шульц, Й. Уісем та ін. Вчені виявили головні, властиві підприємницьким університетам, риси й характеристики та представили різні визначення підприємницьких університетів.

Дослідження вчених щодо підприємницьких університетів переважно зосереджені на економічних і соціальних ефектах, які виникають за рахунок взаємодії університетів, органів державної влади та підприємств. Згідно з дослідженнями Г. Іцковіц [8, с. 114] університети можуть бути описані як "природні інкубатори", які є ядром інновацій, креативності та економічного зростання в моделі потрійної спіралі взаємодії з основними стейкхолдерами. Відома думка, що університети мають бути підприємницькими з погляду своїх дій, орієнтації, освіти, структур, методів, культури і дослідження. Водночас не в усіх університетів є здатність діяти як підприємницькі [9, с. 6].

Зазвичай більшість дослідників має модельний підхід до визначення поняття "підприємницький університет". Г. Іцковіц стверджує, що підприємницький університет – будь-який заклад освіти, що діє для поліпшення регіональної або національної економічної продуктивності заради фінансової вигоди університету та факультетів. З іншого боку, Н. Балдіні, Р. Фіні, Р. Грімальді та М. Собреро визначають поняття "підприємницький університет" як "академічне підприємництво", яке містить формальні й неофіційні механізми, щоб комерціалізувати дослідження [2, с. 35].

Вчені також акцентують на розширенні функцій університетів у технологічній сфері. Д. Одреч у власних

© Білокриницька С., 2022

роботах стверджує, що роль університетів розширюється від генерування трансферу технології (наприклад, патенти і стартапи) до зосередження на більш важливих ролях, таких як сприяння та забезпечення лідерства у створенні підприємницького мислення, дій, інституцій і ділового капіталу [1, с. 317].

Однак підприємницькі університети демонструють, що вони компетентні та конструктивні для стейкхолдерів, що дає їм змогу стати ключовими гравцями у формуванні культур, регіонів і суспільств [14, с. 1335]. Розвиток більш традиційних підприємницьких університетських функцій, таких як офіси трансферу технологій, інтелектуальної власності та розвиток студентського підприємництва, цілком описаний науковцями, але є менше популярним [1, с. 318].

Університети діють як "з'єднувальні якорі", що працюють із різними зацікавленими сторонами в ринковому середовищі, сприяючи поширенню знань [5, с. 89] і стаючи одним із ключових учасників поширення підприємництва. Це допомагає створенню підприємницької екосистеми на базі університету, яка підтримує інновації й підприємницькі можливості завдяки процесу обміну знаннями між декількома зацікавленими сторонами та їхньому сприянню цьому процесу. В університетській екосистемі учасники пов'язані постійним потоком знань через різні канали, що забезпечує поширення підприємницьких знань. Обмін знаннями між декількома зацікавленими сторонами сприяє поширенню знань [3, с. 610]. Ось чому університети мають працювати зі стейкхолдерами, які впливають або надають підтримку на різних етапах підприємницької діяльності [16, с. 75].

Визначення підприємницького університету може інтерпретуватися на інституційному рівні, оскільки його діяльність має стосуватись конкретних ролей стейкхолдерів [2, с. 38]. Підприємницький університет може бути будь-яким університетом, який заохочує створення підприємницького мислення, поведінки, настанов та підприємницького знання, і надає студентам лідерські навички [1, с. 317]. У трактуванні цього поняття – більш широкий підхід, ніж просто створення трансферу технологій у формі патентів, ліцензій та ідей стартапів, тоді як коло науковців висловлювало інтерес до ролі університетських стейкхолдерів у контексті обміну інформацією [18, с. 265], менше досліджень було сфокусовано на стратегічній моделі його функціонування. Водночас побудова довгострокових відносин і соціалізація є ключем до розвитку та зростання діяльності університету [10; 18].

Дослідження іноземних вчених свідчать, що партнерські відносини із зацікавленими сторонами університетів (стейкхолдерами) можуть відігравати важливу роль у провадженні підприємницької діяльності та кращого позиціонування, розвитку конкурентоспроможності країни і регіонів [15; 18].

Однак за наявних досліджень виникає потреба в подальшому вивченні специфіки функціонування підприємницьких університетів в Україні, їхніх ключових характеристик. Наявні дослідження практики підприємницьких університетів не беруть до уваги динамічну зміну та непрогнозований характер факторів ринкового становища країни.

Методологія дослідження. Теоретичну й методологічну основу дослідження становили результати іноземних і вітчизняних досліджень із питань підприємницького університету та його специфіки функціонування. В основу викладеного дослідження покладено діалектичний метод, що полягає у вивченні позицій університетів України. Дослідження базувалося на використанні методу SPACE-аналізу.

Мета статті полягає в узагальненні теоретичних підходів та розробці практичних рекомендацій щодо використання підприємницької моделі університету, SPACE-аналізу його конкурентних позицій.

Мета зумовила формування таких завдань: розкрити сутність підприємницького університету, запропонувати авторське визначення категорії "підприємницький університет" і проаналізувати конкурентні позиції функціонування університетів в Україні за допомогою SPACE-аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Явище підприємницьких університетів стало предметом активних досліджень як зарубіжних, так і українських вчених. Поняття і концепції "підприємницького університету" досліджувалися й були винесені на розгляд різними вченими і в різні роки. Учені виявили головні характеристики підприємницького університету, представили різні визначення категорії. Розглянемо деякі, на наш погляд, найточніші варіанти визначення категорії "підприємницький університет", уведені в науковий обіг фахівцями.

Систематизація наукових підходів до тлумачення сутності підприємницьких університетів дає змогу визначити два ключових вектори категорії: 1) як заклад вищої освіти, що розширює спектр освітніх і консультаційних послуг для комерційних закладів; 2) як заклад вищої освіти, що здійснює власну підприємницьку діяльність, комерціалізуючи результати наукових досліджень, генеруючи інновації та розвиток (табл. 1).

***Таблиця* 1. Визначення поняття "підприємницький університет" у літературі**

	Автори	Підхід	Опис
1	Г. Іцковіц (2008); Дж. Ропке (2000); І. Каленюк (2016); Г. Девіс (2021)	університет / заклад вищої освіти	характеризують підприємницький університет із позиції співпраці з бізнесом, комерціалізації його знань, створення інноваційних ініціатив
2	Д. Ді Грегоріо, С. Шейн (2003)	обмін знаннями	розглядають з позиції використання інтелектуальної власності студентів і викладачів
3	Д. Діллл (1995)	джерело інноваційних досліджень	капіталізація знань, навчання в університеті, створення підприємства на базі університету (часто стартапи)
4	М. Джейкоб (2003); Г. Вільямс (2003)	організація, що комерціалізує свою діяльність	комерціалізація знань, продаж освітніх продуктів та надання комерційних послуг (наприклад, консалтингові послуги)
5	Б. Кларк (2008); Д. Хей, Ф. Батт, Д. Кірбі (2002); Н. Стівенсон (2000); А. Романовський (2012)	інновації та їх реалізація	інновації, їх розвиток, комерціалізація, упровадження в діяльність результатів інноваційних розробок
6	М. Беліцкі (2019); К. Міллер (2021)	університет	розглядають із позиції співпраці та взаємодії підприємницького університету зі стейкхолдерами задля поширення підприємництва та інновацій

Джерело: складено автором за [3-8; 12; 13; 16; 17; 20; 24; 30].

Економічна наука, як і будь-яка інша сфера наукової діяльності, використовує як свій методологічний фундамент філософські категорії, що застосовуються для теоретичного вираження ринкових відносин, які складаються між людьми в процесі соціальної діяльності. Зовнішньою формою прояву економічних категорій є економічні поняття, що фіксують зовнішні характеристики об'єкта дослідження. На думку В. Кравченко та А. Старостіної [31, с. 7], будь-яка економічна категорія чи концепція має включати три основні складові. Перший компонент описує найбільш значущий аспект досліджуваного явища. За допомогою другого компонента дослідник повинен вказати, як саме розгортається суть явища в межах певного, чітко визначеного змісту. Нарешті, використовуючи третій, останній компонент визначення категорії (поняття), маємо точно вказати, який результат в економічній системі приводить до реалізації цього явища.

Якщо розглядати структуру наявних категорій, то не всі автори у своїх роботах використовують класичний трикомпонентний підхід для формулювання категорії з визначенням суті, змісту та результату явища. У науковій літературі виділяють декілька основних підходів до тлумачення сутності підприємницького університету, а саме як: університет / інститут / заклад вищої освіти [8; 17; 24]; обмін знаннями [6]; природний інкубатор; організаційний підрозділ [7]; партнерство та організації з комерційною діяльністю [3; 13; 16; 20].

Водночас розуміємо, що практично в концепціях "підприємницький університет", що наявні в літературі, весь спектр компонентів пропущений. Тому наявні категорії значно відрізняються. Для уніфікації підходів до концепції маємо побудувати авторське визначення, яке відображатиме реальні практичні проблеми та складатиметься з трьох згаданих вище компонентів. Отже, згідно з проведеним дослідженням, підприємницький університет слід розглядати як суб'єкт ринку освітніх послуг, який проводить навчальну, науково-дослідну й інноваційну діяльність у соціальних системах, щоб гармонійно реалізувати інтереси своїх власників, співробітників, бізнес-партнерів та інших груп стейкхолдерів.

Розглядаючи університети України, варто зазначити, що на ринку є тенденція до зменшення державного фінансування, а це змушує університети шукати додаткові інструменти комерціалізації освітньої та наукової діяльності за рахунок посилення домінанти інноваційної складової. Тож для українських закладів вищої освіти може стати актуальним запровадження підприємницької моделі розвитку.

Конкуренція на ринку освітніх послуг є доволі високою, зважаючи на кількість гравців на ринку, їхні маркетингові стратегії, тощо. Для оцінювання конкурентних позицій закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг України було використано рейтинг "Топ-200 Україна", побудований на оцінках експертів та засобів масової інформації. Зазначений рейтинг ураховує всебічну діяльність університетів, містить, зокрема, і оцінку діяльності університетів за критеріями академічної, науково-видавничої та міжнародної діяльності, оцінку науково-дослідницьких досягнень і досягнення закладами цілей сталого розвитку ООН. Важливою складовою рейтингування був фактор євроінтеграційних процесів у діяльності університету. Отже, показник консолідованого рейтингу також був скорельований на сучасні тенденції розвитку вищої освіти та закладу освіти внаслідок впливу пандемії COVID-19 і повномасштабного воєнного вторгнення РФ [28].

Оцінювання діяльності українських університетів у 2022 р. здійснювалося на основі використання набору індикаторів (6 міжнародних і 4 національних) з урахуванням ваги індикатора згідно з дослідженнями групи експертів рейтингу, а саме: QS World University Rankings, Scopus, Webometrics, THE University Impact Rankings, Nature Index, QS Graduate Employability Rankings, Підсумки Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт, Премії Президента України та Верховної Ради України для молодих вчених, Кількість отриманих патентів вченими університету, Середнє зважене значення для рейтингів ЗВО за кількістю поданих заяв абітурієнтами та середнім конкурсним балом.

Згідно з консолідованим рейтингом закладів вищої освіти України, найбільш оціненими є Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського", Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна та Національний університет "Львівська політехніка", які ми виділили для подальшого дослідження (табл. 2). Тож вважають, що гіпотеза про те, що університети-лідери експертного рейтингу наближені до підприємницької моделі, характеризуються певним набором спільних характеристик, підтвердилася.

***Таблиця* 2. Характеристики та позиції в рейтингах провідних українських університетів, 2022 р.**

	Рейтинг / показник оцінювання діяльності університету за консолідованим рейтингом "Топ-200 Україна" – 2022						
Назва університету	Позиція в консолідованому рейтингу	Рейтинг QS World University Rankings	Рейтинг Scopus	Рейтинг Webometrics	Рейтинг THE University Impact Rankings	Рейтинг Nature Index	Рейтинг QS Graduate Employability Rankings
КНУ імені Тараса Шевченка	1	2	1	1	4	1	1
НТУУ "КПІ"	2	4	5	2	3	4	2
ХНУ імені В. Н. Каразіна	3	1	2	6	3	3	3
НУ "Львівська політехніка"	4	5	8	9	1	9	3

Джерело: складено автором за [28].

Слід також зазначити, що спільними рисами для провідних університетів є тривалий час функціонування (понад 100 років), наявність технопарків і значна академічна, науково-дослідна та видавнича діяльність, що підтверджує їхню ключову характеристику на шляху до підприємницького розвитку.

Припустимо, що університети зосередили свою увагу на продуктово-ринковому аспекті інновацій, розробляючи підприємницьку модель, або ж на ефективності управління фінансами та зменшенні ризику своєї діяльності.

Оскільки університети функціонують в умовах ринкової економіки та конкуренції, вони постійно схильні до змін зовнішнього середовища. Це означає, що для

підприємницьких університетів необхідно формувати стратегію розвитку, яка дала б їм можливість оперативно реагувати на зміни та залучати додаткові джерела фінансування, необхідні для функціонування. Тому під час вибору механізму використання конкурентних переваг підприємства для усунення загроз і зменшення впливу слабких сторін важливо враховувати поточний стан університетів. Цінним методом такого аналізу є матриця стратегічної позиції й оцінки дій або SPACE-матриця.

Метод SPACE – це комплексний підхід, призначений для діагностування ситуації та вибору варіанта стратегії для підприємства. Він застосовується для оцінювання привабливості й конкурентоспроможності на ринку, ґрунтується на побудові матриці стратегічного становища й оцінювання дій підприємства. Метод SPACE-аналізу дає змогу встановити стратегічне становище підприємства з урахуванням двох груп чинників: внутрішнього стану підприємства (у цьому разі університету як суб'єкта господарювання) та зовнішнього становища. Для отримання підсумкових результатів оцінки побудований багатокутник конкурентоспроможності [27, с. 151].

Оцінюючи фінансові показники діяльності університетів, було проаналізовано баланс та звіт про фінансові результати діяльності. Відповідно низка показників дає змогу в порівняльному співвідношенні оцінити діяльність основних гравців ринку освітніх послуг України (табл. 3).

***Таблиця 3*. Фінансові показники діяльності вітчизняних університетів**

	Показники	КНУ імені Тараса Шевченка	НТУУ "КПІ"	ХНУ імені В. Н. Каразіна	НУ "Львівська політехніка"
	Показники фінансової звітності, млн грн, 2021 р.				
1	Доходи, млн грн	2532,7	2126,5	1050,9	1098,5
2	Витрати, млн грн	2600,0	2251,8	1146,6	1085,4
3	Власний капітал, млн грн	3078,3	5850	797,4	936,2
4	Поточні зобов'язання, млн грн	111,0	19,1	109,1	48,5
5	Оборотні активи, млн грн	248,4	188,9	263,1	1609,5
6	Баланс, млн грн	4620,2	4271,4	906,6	1054,7
	Розраховані показники фінансової діяльності				
1	Чистий дохід, млн грн	-67,3	-125,3	-95,7	13,1
2	Коефіцієнт рентабельності капіталу	-0,22	-0,21	-0,12	1,17
3	Коефіцієнт автономії	0,67	1,37	0,88	0,89
4	Коефіцієнт ліквідності	2,83	0,01	2,41	33,19

Джерело: складено автором за [21-23; 32].

Аналіз фінансових результатів діяльності вітчизняних університетів дає можливість оцінити їх операційну діяльність. Зокрема, розраховані показники чистого доходу свідчать про загальні збитки в діяльності більшості університетів, що пов'язано з рівнем витрат. За результатами розрахунку показників рентабельності капіталу бачимо, що збитковість університетів не пов'язана з наданням послуг, оскільки спостерігається збільшення адміністративних і збутових витрат.

Рівень довіри абітурієнтів до кожного з університетів оцінюють за допомогою заяв абітурієнтів під час вступної кампанії 2022 р. Тож найпопулярнішими університетами серед майбутніх бакалаврів став Національний університет "Львівська політехніка" (28 086 заяв), Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського" (27 388), Львівський національний університет імені Івана Франка (27 205) та Київський національний університет імені Тараса Шевченка (26 635 заяв) [28]. Отже, попит на послуги вищої освіти та кількість абітурієнтів відображає конкурентну перевагу закладу вищої освіти.

Рівень управління університетами пропонується оцінити за допомогою багатофакторного рейтингу ТОП-200 серед університетів України, що враховує позиції університетів у світових рейтингах, кількість отриманих патентів, рейтинг заяв вступників, тощо.

Оскільки університети є учасниками ринку освітніх послуг, то привабливість і стабільність сектору освітніх послуг має однакові виміри для всіх університетів.

Після отримання окремих індикаторів прораховують підсумкову оцінку за кожним критерієм і показником загалом, середню оцінку всередині кожної групи факторів.

Застосування методу розглянемо на прикладі діяльності провідних університетів України, визначених раніше. Використовуючи метод SPACE-аналізу, оцінимо стратегічне становище та дії університетів. У табл. 4 відображені результати оцінки критеріїв, що характеризують, відповідно, фінансове становище університетів, їхню конкурентоспроможність, привабливість галузі, стабільність середовища. Обрані критерії було оцінено за п'ятибальною шкалою. Кожному критерієві було визначено відповідну вагу, після чого його зважену оцінку й оцінку групи загалом.

***Таблиця 4*. Індикатори критеріїв для проведення SPACE-аналізу діяльності вітчизняних університетів**

	Часткові критерії	Вага (∑1)	КНУ імені Тараса Шевченка*	НТУУ "КПІ"*	ХНУ імені В. Н. Каразіна*	НУ "Львівська політехніка"*
	Фінансова сила FS					
1	Доходи	0,28	4	3	4	5
2	Рентабельність капіталу	0,27	3	2	4	5
3	Фінансова незалежність	0,21	3	5	4	4
4	Ліквідність	0,24	3	1	3	5
	Інтегральна оцінка FS		3,28	2,67	3,76	4,79
	Конкурентні переваги CA					
1	Частка підприємства	0,64	5	4	4	3
2	Рівень управління	0,36	4	5	5	2
	Інтегральна оцінка CA		4,64	4,36	4,36	2,64
			-1,36	-1,64	-1,64	-3,36

Закінчення табл. 4

	Часткові критерії	Вага (∑1)	КНУ імені Тараса Шевченка*	НТУУ "КПІ"*	ХНУ імені В. Н. Каразіна*	НУ "Львівська політехніка"*
	Привабливість сектору IS					
1	Стадія життєвого циклу сектору	0,22	4	4	4	4
2	Суспільна привабливість	0,46	4	4	4	4
3	Тривалість ЖЦ	0,32	4	4	4	4
	Інтегральна оцінка IS		4,00	4,00	4,00	4,00
	Стабільність сектору ES					
1	Ступінь інноваційності сектору	0,27	4	4	4	4
2	Маркетингові можливості	0,22	4	4	4	4
3	Стабільність прибутку	0,51	4	4	4	4
	Інтегральна оцінка ES		4,00	4,00	4,00	4,00
			-2,00	-2,00	-2,00	-2,00

Джерело: розраховано і складено автором.
* за шкалою від 1 до 5, де 1 – мінімальна оцінка, 5 – максимальна.

Отже, за результатами проведення SPACE-аналізу виявлено, що зазначені університети перебувають у конкурентному стратегічному становищі на ринку (рис. 1). Цей стан характерний для привабливої галузі.

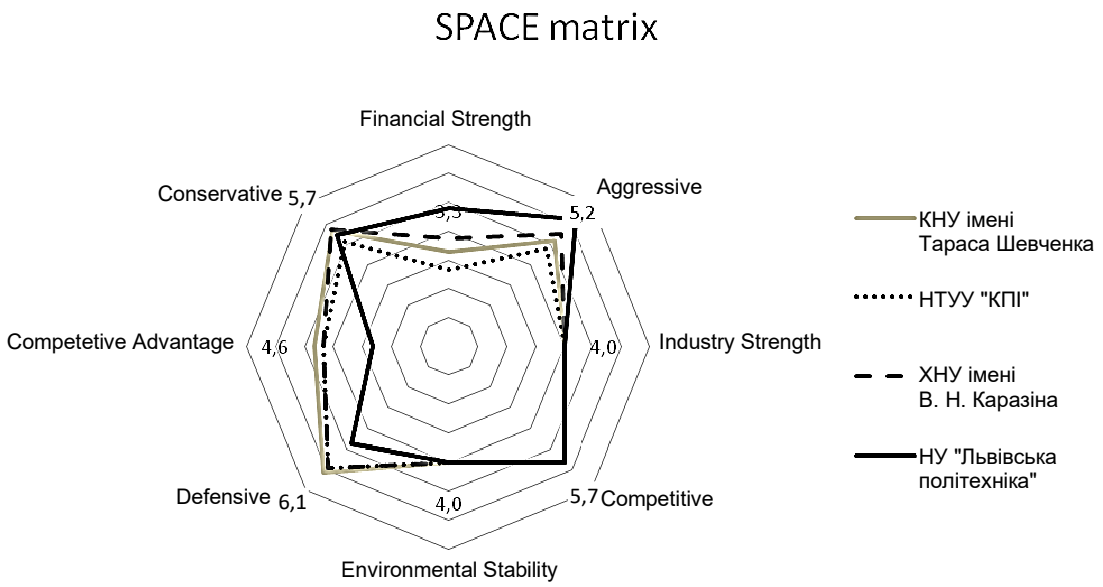

Рис. 1. Матриця SPACE-аналізу університетів

Джерело: складено автором.

Як видно з рис. 1, вітчизняні університети перебувають у сегменті конкурентної позиції, який має такі характеристики:

- активність та стабільність галузі, в якій університети мають певні переваги: конкурентоспроможність продукту на стабільному (за обсягами загального попиту) і динамічному ринку;
- критичною є поява нових конкурентів;
- позиція дає змогу активно реагувати на зміну ринкової ситуації, збільшувати свою частку на ринку, підвищувати конкурентоспроможність продукції шляхом маркетингових інструментів у діяльності університету;
- університет отримує конкурентні переваги, які він може зберегти й примножити за допомогою фінансового потенціалу;
- загрози не досить значні, необхідно сконцентруватися на забезпеченні стратегічних інтересів [27, с. 162].

Університети мають конкурентні переваги в мінливому мікро- та макромаркетинговому середовищах. Критичним фактором є фінансове становище університету, що підтверджує гіпотезу про необхідність упровадження моделі підприємницького університету. Необхідно мінімізувати загрози, пов'язані з втратою фінансування. Основними стратегічними напрямами підприємства мають бути пошук фінансових ресурсів, розвиток маркетингової діяльності. Перелічені рекомендації базуються на аналізі внутрішніх та зовнішніх факторів діяльності підприємства і пов'язані з удосконаленням бізнес-процесів підприємницьких університетів.

За результатами застосування методики SPACE аналізу щодо діяльності та стратегічних позицій вітчизняних університетів на ринку освітніх послуг України механізми і заходи необхідно спрямувати на:

1. Розширення в напрямі надання послуг і збуту:

- підвищення якості послуг шляхом проведення маркетингових досліджень серед поточних та потенційних споживачів послуг заради максимізації конкурентоспроможності продукції на цільових ринках збуту із забезпеченням максимального задоволення запитів

ключових груп споживачів за оптимальним співвідношенням "ціна – якість";

- розширення присутності університетів на світовому ринку освітніх послуг (надання освітніх, науково-дослідних, консалтингових послуг із використанням дистанційних технологій за рахунок інтернаціоналізації своєї діяльності).

2. Освоєння нових секторів (сегментів ринку):

- вихід на нові сегменти ринку та їхній розвиток, зокрема надання послуг післядипломної освіти, перекваліфікації, навчання дорослих;
- участь у діяльності інноваційних кластерів (наприклад, львівський IT-кластер);
- створення інфраструктури за участю університету: центри досліджень, науково-дослідні лабораторії, бізнес-інкубатори, бізнес-лабораторії, технопарки, дочірні фірми задля здійснення інноваційної діяльності для потреб бізнесу та держави, продаж патентів, надання консультаційних та експертних послуг для економіки;
- розвиток напрямів співпраці з іноземними закладами вищої освіти, партнерами, підприємствами та іншими стейкхолдерами.

3. Просування продуктів:

- розвиток системи просування послуг, зокрема за рахунок соціальних мереж.

За результатами побудови матриці SPACE отримано рекомендації щодо доцільної стратегії вітчизняних університетів:

- розвиток продукту – прагнення збільшити обсяг реалізації через покращення або модифікацію своєї продукції;
- розвиток ринку – виведення своєї продукції на ринок у нових географічних регіонах.

Висновки. Аналіз основних підходів українських та іноземних дослідників до трактування поняття "підприємницький університет" показав, що його введення у науковий обіг відобразило розширення функцій університетської освіти – від надання освіти до виробництва знання, його комерціалізації.

Наше дослідження дає авторське визначення підприємницького університету, яке може бути додатково використане в теоретичних дослідженнях та освітніх програмах. Наведені висновки можуть допомогти визначити статус підприємницьких університетів, його функції в урядовому плані розвитку підприємницьких університетів в Україні, який може бути здійснено Міністерством освіти і науки України [26].

Крім того, моделі розвитку чотирьох провідних українських закладів вищої освіти були визначені як такі, що є наближеними до підприємницької моделі розвитку.

Для оцінювання стратегічних позицій вітчизняних університетів була використана методика SPACE-аналізу. Механізми й дії за рекомендаціями, отриманими на основі застосування методики SPACE до вітчизняних університетів, необхідно спрямувати на: розширення в напрямі надання послуг і їхніх продажів; освоєння нових секторів (привабливих сегментів ринку); просування послуг і налагодження партнерських відносин зі стейкхолдерами; адаптацію параметрів ринкової пропозиції наявних продуктів до запитів споживачів, рівня конкуренції на наявних та потенційних (привабливих) ринках збуту, зокрема за рахунок проведення маркетингових досліджень, репозиціонування продуктів на наявних ринках. За результатами побудови матриці SPACE (The SPACE Matrix) отримано рекомендації щодо доцільної стратегії в діяльності вітчизняних закладів вищої освіти: розвиток продукту; розвиток ринку.

З огляду на зазначене вище, а також проведені дослідження, перехід на підприємницьку модель функціонування університетів України може стати стратегічною перспективою для розвитку підприємницької культури та стартап- інфраструктури задля посилення конкурентоспроможності економіки України загалом.

Дискусія. Явище академічного підприємництва ще не набуло належного поширення в Україні, але все ж таки перебуває в активному розвитку. Крім того, слід чітко визначити коло комерціалізації академічних досліджень у закладах вищої освіти та заохотити початок академічного підприємництва. В Україні, як і в багатьох інших країнах, актуальною проблемою вищої освіти є її відірваність від реального сектору економіки, тому розширення функцій вітчизняних університетів і впровадження моделі підприємницького університету допоможе зменшити відстань між вищою освітою, наукою та бізнес-середовищем.

Список використаних джерел

1. Audretsch, D. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. The Journal of Technology Transfer, 39 (3), 313–321. doi: 10.1007/s10961-012-9288-1
2. Baldini, N., Fini, R., Grimaldi, R., & Sobrero, M. (2014). Organizational change and the institutionalization of university patenting activity in Italy. MINERVA, 52, 27–53. doi: 10.1007/s11024-013-9243-9
3. Belitski, M., Aginskaja, A., & Marozau, R. (2019). Commercializing university research in transition economies: Technology transfer offices or direct industrial funding? Research Policy, 48 (3), 601–615.
4. Clark Burton, R. (2008). Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. IAU PRESS. ISSUES IN HIGHER EDUCATION / Wagon Lane, Binglye BD16 1WA. – U.K.: Emerald Group Publishing Limited. Howard House.
5. Davies, G. H., Flanagan, J., Bolton, D., & Joyce. N. (2021). University knowledge spillover from an open innovation technology transfer context. Knowledge Management Research & Practice, 19 (1), 84–93.
6. Di Gregorio, D., & Shane, S. (2003). Why do some universities generate more start-ups than others? Research Policy, 32 (2), 209–227. doi: 10.1016/S0048-7333(02)00097-5
7. Dill, D. (1995). University-industry entrepreneurship: the organization and management of American university technology transfer units. Higher Education. Vol. 29, No. 4. P. 369–384.
8. Etzkowitz, H. (2003). Research groups as 'quasi-firms': The invention of the entrepreneurial university. Research Policy, 32 (1), 109–121. doi: 10.1016/S0048-7333(02)00009-4
9. Fayolle, A., & Redford, D. (2014). Introduction: Towards more entrepreneurial universities – myth or reality? In A. Fayolle & D. Redford (Eds.), Handbook on the entrepreneurial university (p. 1–10). Cheltenham: Edward Elgar.
10. Gordon, I., Hamilton, E., & Jack, S. (2012). A study of a university-led entrepreneurship education programme for small business owner/managers. Entrepreneurship & Regional Development, 24 (9-10), 767–805. doi: 10.1080/08985626.2011.566377
11. Guerrero, M., Cunningham, J., & Urbano, D. (2015). Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom. Research Policy, 44 (3), 748–764. doi: 10.1016/j.respol.2014.10.008
12. Hay, D. B., Butt, F., Kirby, D. A. (2002). Academics as Entrepreneurs in a UK University. In G. Williams (ed.) The Enterprising University. Reform, Excellence and Equity. Buckingham: SRHE & Open University Press. P. 132–141.
13. Jacob, M., Lundqvist, M., Hellsmark, H. (2003). Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology. Research Policy. Vol. 32. Is. 9. P. 1555–1569.
14. Johnstone, A., & Huggins, R. (2016). Drivers of university – industry links: The case of knowledge-intensive business service firms in rural locations. Regional Studies, 50 (8), 1330–1345. doi: 10.1080/00343404.2015.1009028
15. Larty, J., Jack, S., & Lockett, N. (2016). Building regions: A resource-based view of a policy-led knowledge exchange network. Regional Studies, 51 (7), 994–1007. doi: 10.1080/00343404.2016
16. Miller, D. J., & Acs, Z. J. (2017). The campus as an entrepreneurial ecosystem: The University of Chicago. Small Business Economics, 49, 75.
17. Ropke, J. (2000). The Entrepreneurial University, Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy. Working Paper Department of Economics, Philipps-Universitet Marburg, Germany.

18. Rose, M., Decter, M., Robinson, S., & Lockett, N. (2012). Opportunities, contradictions and attitudes: The paradox of university-business engagement since 1960. Business History, 55 (2), 259–279. doi: 10.1080/00076791.2012.704512
19. Stevenson, H. H. (2000). Why entrepreneurship has won! Coleman White Paper, USASBE Plenary Address.
20. Williams, G. (2003). The Enterprising University: Reform, Excellence and Equiy/ Edited by Gareth Williams. Buckingham [England]; Philadelphia, PA: Society for Research into Higher Education: Open University Press.
21. Звіт про фінансові результати / Національний університет "Львівська політехніка" (lpnu.ua) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: lpnu.ua/planovo-finansovyi-viddil/zvit-pro-finansovi-rezultaty
22. Звіт про фінансові результати за 2021 рік ХНУ імені В. Н. Каразіна (karazin.ua) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: old.karazin.ua/ua/general/docs/budget
23. Звітність КНУ ім. Т. Шевченка за 2021 рік. Офіційна інформація (univ.kiev.ua) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.univ.kiev.ua/ua/official
24. Каленюк І. Підприємницькі університети в глобальному освітньому просторі [Електронний ресурс] / І. Каленюк, А. Дяченко // Міжнародна економічна політика. – 2016. – № 2. – С. 59–75. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mep_2016_2_6
25. Консолідований рейтинг вишів України 2022 року – Освіта.UA (osvita.ua) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: osvita.ua/vnz/rating/51741/
26. Підприємницький університет – новий рік розвитку інновацій та стартап-проєктів у закладах вищої освіти / Міністерство освіти і науки України (mon.gov.ua) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mon.gov.ua/ua/news/pidpriyemnickij-universitet-novij-rik-rozvitku-innovacij-ta-startap-proyektiv-u-zakladah-vishoyi-osviti
27. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посіб. / К. І. Редченко. [Вид. 2-ге, допов.]. – Львів : Новий Світ – 2000, 2003. – 272 с.
28. Рейтинг університетів України "Топ-200 Україна 2022" "Новини" Євро Освіта (euroosvita.net) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: euroosvita.net/index.php/?category=1&id=7420
29. Реформа освіти та науки / Кабінет Міністрів України (kmu.gov.ua) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/rozvitok-lyudskogo-kapitalu/reforma-osviti
30. Романовський О. О. Феномен підприємництва в університетах світу: [монографія] / О. О. Романовський. – Вінниця: Нова книга, 2012. – 503 с.
31. Старостіна А. Сутність та практичне застосування методики конструювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять "глобалізація" та "підприємницький ризик") / А. Старостіна, В. Кравченко // Вісник Київського національного університету ім.Т. Шевченка. Сер.: Економіка. – 2011. – Вип. 128. – С. 5–10.
32. Фінансово-бюджетний звіт за 2021 рік (МОН) / КПІ ім. Ігоря Сікорського (kpi.ua) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: kpi.ua/index.php/2021-def

Received: 24/09/2022
1st Revision: 20/10/2022
Accepted: 01/12/2022

Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project

S. Bilokrynytska, PhD Student
ORCID ID: 0000-0001-5272-6776
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

SPACE-ANALYSIS OF THE ENTREPRENEURIAL UNIVERSITIES IN UKRAINE

The world trend of entrepreneurship development has not passed over Ukraine and is increasing its significance with the participation of universities. The research studies entrepreneurial universities and their role in the region and the country's economy. The research demonstrates that there is no standardized approach to defining an entrepreneurial university and its main characteristics. Given the above, we have defined the meaning of an entrepreneurial university based on the methodology, including its role in the country. The rankings of the leading universities in Ukraine were analyzed so that the mutual features could be set. The research has proved the main hypotheses about the effectiveness of the implementation of the entrepreneurial universities model based on the indexes and rankings, which estimate their academic, research, and publishing activity. Based on the research results, some universities in Ukraine were defined as the ones whose functioning model is close to that of an entrepreneurial university. Three leading Ukrainian universities were assessed using the main criteria of their financial activity, competitiveness, and the sector's attractiveness. Based on SPACE-analysis, development strategies for domestic entrepreneurial universities were determined. As a result, the practices should ensure innovation implementation, contribute to higher education and secure competitive positions.

Keywords: entrepreneurial university, strategic analysis, SPACE-analysis, higher education.

References (in Latin): Translation / Transliteration/ Transcription

1. Audretsch, D. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. The Journal of Technology Transfer, 39 (3), 313–321. Doi: 10.1007/s10961-012-9288-1
2. Baldini, N., Fini, R., Grimaldi, R., & Sobrero, M. (2014). Organisational change and the institutionalisation of university patenting activity in Italy. MINERVA, 52, 27–53. Doi: 10.1007/s11024-013-9243-9
3. Belitski, M., Aginskaja, A., & Marozau, R. (2019). Commercializing university research in transition economies: Technology transfer offices or direct industrial funding? Research Policy, 48 (3), 601–615.
4. Clark Burton, R. (2008). Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. IAU PRESS. ISSUES IN HIGHER EDUCATION / Wagon Lane, Binglye BD16 1WA. – U.K.: Emerald Group Publishing Limited. Howard House.
5. Davies, G. H., Flanagan, J., Bolton, D., & Joyce, N. (2021). University knowledge spillover from an open innovation technology transfer context. Knowledge Management Research & Practice, 19 (1), 84–93.
6. Di Gregorio, D., & Shane, S. (2003). Why do some universities generate more start-ups than others? Research Policy, 32 (2), 209–227. doi: 10.1016/S0048-7333(02)00097-5
7. Dill, D. (1995). University-industry entrepreneurship: the organization and management of American university technology transfer units. Higher Education. Vol. 29, No. 4. P. 369–384.
8. Etzkowitz, H. (2003). Research groups as 'quasi-firms': The invention of the entrepreneurial university. Research Policy, 32 (1), 109–121. Doi: 10.1016/S0048-7333(02)00009-4
9. Fayolle, A., & Redford, D. (2014). Introduction: Towards more entrepreneurial universities – myth or reality? In A. Fayolle & D. Redford (Eds.), Handbook on the entrepreneurial university (P. 1–10). Cheltenham: Edward Elgar.
10. Gordon, I., Hamilton, E., & Jack, S. (2012). A study of a university-led entrepreneurship education programme for small business owner/managers. Entrepreneurship & Regional Development, 24 (9-10), 767–805. Doi: 10.1080/08985626.2011.566377
11. Guerrero, M., Cunningham, J., & Urbano, D. (2015). Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom. Research Policy, 44 (3), 748–764. Doi: 10.1016/j.respol.2014.10.008
12. Hay, D. B., Butt, F., Kirby, D. A. (2002). Academics as Entrepreneurs in a UK University. In G. Williams (ed.) The Enterprising University. Reform, Excellence and Equity. Buckingham: SRHE & Open University Press, p. 132–141.
13. Jacob, M., Lundqvist, M., Hellsmark, H. (2003). Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology. Research Policy. Vol. 32. Is. 9. P. 1555–1569.
14. Johnstone, A., & Huggins, R. (2016). Drivers of university–industry links: The case of knowledge-intensive business service firms in rural locations. Regional Studies, 50 (8), 1330–1345. Doi: 10.1080/00343404.2015.1009028
15. Larty, J., Jack, S., & Lockett, N. (2016). Building regions: A resource-based view of a policy-led knowledge exchange network. Regional Studies, 51 (7), 994–1007. Doi: 10.1080/00343404.2016
16. Miller, D. J., & Acs, Z. J. (2017). The campus as entrepreneurial ecosystem: The University of Chicago. Small Business Economics, 49, 75.

17. Ropke, J. (2000). The Entrepreneurial University, Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy. Working Paper Department of Economics, Philipps-Universitet Marburg, Germany.
18. Rose, M., Decter, M., Robinson, S., & Lockett, N. (2012). Opportunities, contradictions and attitudes: The paradox of university-business engagement since 1960. Business History, 55 (2), 259–279. Doi: 10.1080/00076791.2012.704512
19. Stevenson, H. H. (2000). Why entrepreneurship has won! Coleman White Paper, USASBE Plenary Address.
20. Williams, G. (2003). The Enterprising University: Reform, Excellence and Equiy/ Edited by Gareth Williams. Buckingham [England]; Philadelphia, PA: Society for Research into Higher Education: Open University Press.
21. Report on financial results. Lviv Polytechnic National University. Retrieved from: lpnu.ua/planovo-finansovyi-viddil/zvit-pro-finansovi-rezultaty (Accessed 20.09.2022) [in Ukrainian]
22. Report on financial results for 2021 of V. N. Karazin Kharkiv National University. Retrieved from: old.karazin.ua/ua/general/docs/budget (Accessed 20.11.2022) [in Ukrainian]
23. Financial Report for 2021 of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Retrieved from: www.univ.kiev.ua/ua/official (Accessed 22.09.2022) [in Ukrainian]
24. Kaleniuk, I., Dyachenko, A. (2016). Entrepreneurial universities in the global educational space / International economic policy, 2, p. 59–75. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mep_2016_2_6 (Accessed 15.09.2022) [in Ukrainian]
25. Consolidated rating of higher education institutions of Ukraine in 2022. Osvita.UA. Retrieved from: osvita.ua/vnz/rating/51741/ (Accessed 23.09.2022) [in Ukrainian]
26. Entrepreneurial University – a new year of development of innovations and start-up projects in institutions of higher education. Ministry of Education and Science of Ukraine. Retrieved from: mon.gov.ua/ua/news/pidpriyemnickij-universitet-novij-rik-rozvitku-innovacij-ta-startap-proyektiv-u-zakladah-vishoyi-osviti (Accessed 19.10.2022) [in Ukrainian]
27. Redchenko, K. (2003). Strategic analysis in business: training manual [2nd addition]. Novy Svit – 2000, p. 272 [in Ukrainian]
28. Ranking of Ukrainian universities "Top-200 Ukraine 2022". Retrieved from: euroosvita.net/index.php/?category=1&id=7420 (Accessed 15.09.2022) [in Ukrainian]
29. Reform of education and science. Cabinet of Ministers of Ukraine. Retrieved from: www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/rozvitok-lyudskogo-kapitalu/reforma-osviti (Accessed 15.09.2022) [in Ukrainian]
30. Romanovsky, O. (2012). The phenomenon of entrepreneurship in the universities of the world: [monograph]. Vinnytsia, Nova Knyha, p. 503 [in Ukrainian]
31. Starostina, A., Kravchenko, V. (2011). The essence and practical application of the method of construction of the categorical apparatus of economic science (on the example of the concepts "globalization" and "entrepreneurial risk"). Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics. No. 128, p. 5–10 [in Ukrainian]
32. Financial and budgetary report for 2021 of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute. Retrieved from: kpi.ua/index.php/2021-def (Accessed 15.09.2022) [in Ukrainian]

ISSN 1728-3817