

Лі Чуанці, здобувач третього (освітнього) рівня вищої освіти спеціальності 011 “Освітні, педагогічні науки” Національного університету біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-7893-8718>

ШЛЯХ СТУДЕНТА ЯК ІНСТРУМЕНТ БІЗНЕС-ПАРТНЕРСТВА У ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ

У статті розглядається концепція “шляху студента” як педагогічної та організаційної парадигми для ефективного впровадження бізнес-партнерства у закладах професійної освіти (ЗПО). Автори аналізують сучасні підходи до персоналізації навчального процесу, включаючи Learning Journey Map (LJM), Student Journey Map (SJM) та інші інструменти, що відображають освітній маршрут студента, його знання, навички, потреби, мотивацію та кар’єрні очікування.

Наголошується, що традиційна LJM орієнтована на заклад освіти, а не на роботодавця, що обмежує її практичну ефективність у підвищенні конкурентоспроможності випускників. Для подолання цього недоліку пропонується інтегральний підхід, який об’єднує концепції “шляху студента” та “шляху співробітника” (employee journey). Такий підхід забезпечує безшовну інтеграцію випускників у професійне середовище компанії, сприяє розвитку компетенцій у контексті реальних потреб ринку праці та підвищує взаємну вигоду партнерства ЗПО та бізнесу.

Наводяться приклади успішних практик інтеграції освіти та бізнесу у міжнародному контексті, зокрема: інтегровані бізнес-кластери в Університеті Огайо (США), Канадський навчальний центр пластмас (Humber College) та CAD/CAM центр у Technisch Instituut Heilige Familie (Бельгія). Розглядається також роль спеціальних кластерів професійних спеціальностей у регіональному розвитку, підвищенні якості підготовки кадрів та адаптації навчальних програм до потреб бізнесу.

Науково обґрунтовано, що реалізація концепції “шляху студента” у ЗПО дозволяє: підвищити ефективність професійної підготовки; інтегрувати освітній процес із практичною діяльністю підприємств; забезпечити взаємну вигоду для освітніх закладів, бізнесу та випускників; створити стійкі моделі розвитку локальних інноваційних та промислових екосистем.

Ключові слова: шлях студента; професійна освіта; бізнес-партнерство; Learning Journey Map; інтеграція освіти і бізнесу; партнерство; спеціальні кластери; компетентності випускників.

Рис. 4. Літ. 21.

Li Chuangqi, Applicant of the Third (Educational and Scientific) Level of Higher Education in the Specialty 011 “Educational, Pedagogical Sciences”, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-7893-8718>

STUDENT’S PATH AS A BUSINESS PARTNERSHIP TOOL IN VOCATIONAL EDUCATION

The article examines the concept of the “student path” as a pedagogical and organizational paradigm for the effective implementation of business partnerships in vocational education institutions (VET). The authors analyze modern approaches to personalizing the learning process, including the Learning Journey Map (LJM), Student Journey Map (SJM), and other tools that reflect a student’s educational path, their knowledge, skills, needs, motivation, and career expectations.

It is emphasized that traditional LJM is focused on the educational institution, not the employer, which limits its practical effectiveness in increasing the competitiveness of graduates. To overcome this shortcoming, an integrated approach is proposed that combines the concepts of the “student journey” and the “employee journey”. This approach ensures seamless integration of graduates into the professional environment of companies, promotes the development of competencies in the context of real labor market needs, and increases the mutual benefit of the partnership between higher education institutions and business.

The article provides examples of successful practices of integrating education and business in an international context, including: integrated business clusters at Ohio University (USA), the Canadian Plastics Training Center (Humber College), and the CAD/CAM center at the Technisch Instituut Heilige Familie (Belgium). The role of special clusters of professional specialties in regional development, improving the quality of personnel training, and adapting training programs to business needs is also considered.

It is scientifically proven that the implementation of the concept of “student’s path” in vocational education allows: to increase the efficiency of professional training; to integrate the educational process with the practical activities of enterprises; to ensure mutual benefit for educational institutions, business, and graduates; and to create sustainable models for the development of local innovation and industrial ecosystems.

Keywords: student journey; professional education; business partnership; Learning Journey Map; integration of education and business; partnership; special clusters; graduate competencies.

Актуальність дослідження або постановка проблеми. У сучасному професійному середовищі заклади професійної освіти (ЗПО) стикаються з викликом підготовки випускників, які здатні ефективно інтегруватися у реальні умови роботи та відповідати очікуванням роботодавців. Традиційні підходи до навчання, включаючи використання Learning Journey Map (LJM) або Student Journey Map (SJM), орієнтовані здебільшого на освітній заклад і недостатньо враховують потреби бізнес-середовища. Це призводить до невідповідності компетенцій випускників реальним вимогам ринку праці та обмежує конкурентоспроможність освітніх програм.

Партнерство ЗПО з бізнесом є перспективним шляхом подолання цієї проблеми, проте існуючі моделі співпраці часто залишаються фрагментарними, не забезпечуючи системної інтеграції випускників у робоче середовище. Крім того, відсутність узгодженої моделі “шляху студента”, поєднаної з концепцією “шляху співробітника” (employee journey), ускладнює планування та реалізацію ефективних програм навчання та працевлаштування.

Таким чином, існує потреба у розробці інтегрованої концепції, яка забезпечувала б: персоналізацію навчального процесу з урахуванням потреб бізнесу; безшовну інтеграцію випускників у компанії; підвищення ефективності освітніх програм та конкурентоспроможності випускників на ринку праці.

Метою статті є обґрунтування педагогічних умов та розробка концепції ефективного впровадження бізнес-партнерства у діяльності закладів професійної освіти через інтеграцію підходу “шляху студента”, модифікованого за аналогією з “шляхом співробітника”. Стаття спрямована на демонстрацію того, як така концепція може підвищити відповідність освітніх програм потребам ринку праці, забезпечити безшовну інтеграцію випускників у професійне середовище та сприяти розвитку регіональних інноваційних та професійних кластерів.

Стан опрацювання проблематики. Питання інтеграції закладів професійної освіти з бізнесом та підвищення відповідності освітніх програм ринку праці активно досліджується як у зарубіжній, так і вітчизняній літературі. У наукових працях широко застосовуються концепції Learning Journey Map (LJM), Learner Experience Map (LEM) та Student Journey Map (SJM) для аналізу освітнього шляху студента та покращення навчального процесу [2; 15]. Також запроваджуються моделі співпраці університетів і бізнесу для розвитку інноваційних екосистем, R&D і корпоративних кластерів [16; 17].

Водночас у професійно-технічній освіті (ПТО) подібні підходи поки що не набули широкого застосування. Вітчизняні та регіональні системи ПТО

часто залишаються фрагментованими, з обмеженою участю бізнесу у формуванні навчальних програм та інтеграції випускників у робоче середовище. Існуючі моделі не враховують синергії між “шляхом студента” та “шляхом співробітника”, що знижує ефективність партнерства та конкурентоспроможність випускників.

Зарубіжний досвід показує, що інтегровані кластерні підходи, які поєднують навчання, практичну підготовку та взаємодію з бізнесом, здатні забезпечити високу якість підготовки кадрів та розвиток регіональних економік [8; 19]. Водночас для систем ПТО таке впровадження потребує адаптації концепцій університетського рівня до специфіки середньої професійної освіти.

Виклад основного матеріалу. В осмисленні педагогічних умов ефективного впровадження бізнес-партнерства у діяльності закладів професійної освіти, на наш погляд, парадигмою може стати “шлях студента”, за аналогією та в конвергенції зі “шляхом співробітника” (“employee journey”). Слід зазначити, що у літературі використовується поняття Learning Journey Map (LJM, “карта шляху навчання”), Learner Experience Map (LEM, “карта досвіду учня”), чи Student Journey Map (SJM, “карта шляху студента”), – це персоналізована схема, яка відображає освітній маршрут студента, враховує його вихідний рівень знань, умінь, навичок, емоцій, потреби, можливі перешкоди у навчанні та бажаний результат [2]. Технологія LJM заснована на створенні карт клієнтського досвіду (Customer Journey Map, CJM), які демонструють шлях користувача на всіх етапах взаємодії з продуктом – від потреби до повторного звернення. Такий інструмент використовують маркетологи та продуктологи.

Головні переваги LJM полягають у цілісному підході та наочній візуалізації. Так, карта може показувати: дії, які має робити студент; знання, навички, ресурси, необхідні студенту на різних етапах; індивідуальні переваги (як людина навчається – у класі, на роботі, в дорозі чи вдома); кар’єрний шлях, якого прагне студент; додаткове навчання для подальшого розвитку та просування кар’єрними сходами. Крім LJM, схожим чином створюються Teacher Journey Map (карта шляху викладача), Support Journey Map (карта шляху куратора) та інші карти, що показують програму з погляду будь-якого учасника освітнього процесу [15].

Мета складання LJM – поглянути на процес навчання очима студента, краще зрозуміти його потреби, виявити болючі точки та фактори, які можуть негативно позначитися на досвіді студента, і в результаті – покращити освітню програму. Такий підхід є частиною освітнього маркетингу у низці передових зарубіжних вузів (зокрема учасників “Ліги Плюща”). Однак, цей підхід не знайшов

ШЛЯХ СТУДЕНТА ЯК ІНСТРУМЕНТ БІЗНЕС-ПАРТНЕРСТВА У ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ

належного застосування в середній професійній освіті, що дозволяє отримати кваліфікацію та розпочати трудову діяльність за обраним фахом ще до завершення вищої освіти. Крім того, ця концепція орієнтована лише на заклад освіти, без глибокого вивчення очікувань та вимог роботодавця. Отже, існує ймовірність того, що реалізація цього підходу може не принести відчутних результатів у підвищенні конкурентоспроможності випускників на ринку праці, відповідно й у покращенні іміджу закладу освіти.

Набагато доцільнішим є інтегральний підхід, що орієнтований на партнерство закладів профе-

сійної освіти з бізнес-гравцями, який може бути імплементований у вигляді “шляху студента”, побудованому не на концепції “шляху споживача” (“customer journey”), а на концепції “шляху співробітника” (“employee journey”). Реалізація такої ініціативи можлива виключно в рамках партнерства освітньої установи та бізнесу, що передбачає забезпечення “безшовної” інтеграції випускника до робочого колективу роботодавця, а також подальший розвиток випускника вже як співробітника. Лінійна модель “шляху співробітника” (рис. 1) у такому разі набуває нелінійного вигляду (рис. 2).

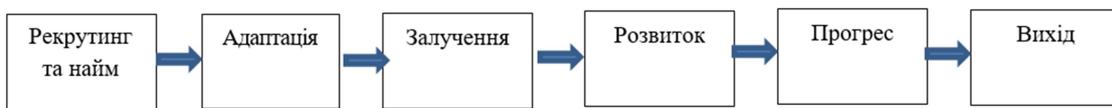


Рис. 1. “Класичний” шлях співробітника

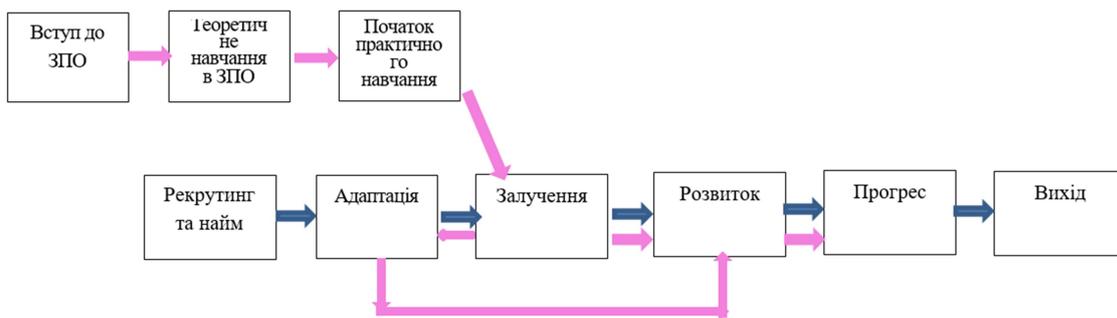


Рис. 2. Шлях студента як модифікація шляху співробітника

Співпраця між компаніями та університетами є критично важливою рушійною силою інноваційної економіки. Ці стосунки вже давно є основою корпоративних досліджень і розробок (R&D) – від створення фундаменту знань для наступного покоління рішень, “служіння розширеним “верстаком” для вирішення короткострокових, додаткових проблем, до забезпечення потоку новостворених талантів” [17]. Оскільки багато корпорацій шукають відкритих інновацій для посилення своїх внутрішніх науково-дослідних робіт, університети стали важливими партнерами. Дійсно, тепер компанії звертаються до університетів, щоб закріпити все більш широкий набір інноваційної діяльності, особливо тієї, що базується на взаємодії з регіональними інноваційними екосистемами. Силіконова долина, площа Кендалл у Кембриджі, штат Массачусетс, і блок 71 у Сінгапурі є одними з найбільш помітних інноваційних екосистем, де університети є важливими зацікавленими сторонами в інноваційному співтоваристві, до якого також входять корпорації, державні установи, венчурні інвестори та під-

приємці. Таким чином, на додаток до того, що ці інноваційні екосистеми служать джерелом кадрів та ідей для корпорацій, співпраця університетів є важливим механізмом для корпорацій, які прагнуть відкрити нові шляхи взаємодії з ширшою інноваційною екосистемою.

Слідом за такими корпоративними гігантами, як General Electric, Siemens, Rolls-Royce і IBM, які роками співпрацювали з університетами, низка молодих компаній, зокрема Amazon, Facebook, Google і Uber, використовують університети як ключову частину свого раннього етапу розвитку у рамках стратегії інновацій та нових підприємств. Навіть менші, більш регіонально орієнтовані компанії в різних секторах, таких як гірничодобувна промисловість і автомобілебудування, вважають, що університети є ключовими учасниками екосистеми в підтримці та формуванні їхньої регіональної економіки. Наприклад, IQE plc, компанія з виробництва напівпровідників у Кардіффі, Великобританія підтримує регіональну інноваційну екосистему через співпрацю з Кардіффським університетом. Партне-

ри розробили трансляційний науково-дослідний центр для навчання вчених і технічних спеціалістів технологіям складних напівпровідників і підтримки науково-дослідного центру, щоб допомогти британським підприємствам використовувати досягнення в цих технологіях. Така співпраця між корпораціями та університетами сприяє розвитку інноваційної екосистеми.

Однак, у той час як для університетів основою співпраці з університетами є інновації та різноманітні НДДКР, для ЗПО такою основою є працевлаштування випускників, хоча в педагогічному процесі саме R&D може відігравати провідну роль у підготовці якісного людського капіталу для бізнес-компаній та у забезпеченні безшовної інтеграції випускників ЗПО на робочому місці в компанії роботодавця. Хоча прагнення до партнерства між університетами та промисловістю можна легко описати, багатьом компаніям важко налагодити та ефективно керувати цими партнерствами, навіть якщо за наявності ключових фінансових ресурсів та людського капіталу. Проблема посилюється в екосистемі, де різні зацікавлені сторони, усі зі своїми амбіціями, мають бути належним чином узгоджені, щоб досягти впливу [16]. Виклики виникають через брак уваги, а саме уваги до побудови ефективної та стабільної екосистеми. Зокрема, багато зусиль бізнес докладає до створення ринків талантів, не приділяючи при цьому належної уваги до випускників університету, з яким вони співпрацюють в рамках R&D. Через відсутність інтеграції шляху студента та шляху співробітника втрачається можливість системного підбору та найму працівників у компанію в рамках співробітництва з закладом освіти.

Отже, на нашу думку, концепція шляху студента, яку ми пропонуємо для впровадження в процесі партнерства між ЗПО та бізнесом, здатна усунути цей недолік. Її реалізація, відповідно, може бути заснована на принципі маркетплейсу талантів.

Говорячи про організаційно-педагогічні умови діяльності закладів професійної освіти на основі бізнес партнерства, на першому кроці різноманітність можливих опорних точок можна визначити, розрізавши так звані чисті типи ПТО: шкільна професійна освіта, дуальна освіта, навчання на робочому місці. Цей підхід чистих типів все ще є надто розпливчастим, щоб уможливити планування конкретних видів діяльності для окремої країни або окремих сегментів економіки та ринку праці. Для цього необхідно виявити ознаки реальної форми професійної освіти у відповідній країні та описати її. Справжні типи системи професійно-технічної освіти здебільшого представляють себе як змішані форми, що означає, що залежно від професії чи економічного сектора, з одного боку, можуть існувати різні форми чистих типів. З іншого боку, вся

національна система ПТО часто представляє себе як неоднорідну змішану систему [21]. Наприклад, у системі, яка здебільшого базується на школі, практичний досвід у компанії можна передбачити вибірково для окремих професій або секторів. Або в системі навчання на робочому місці, яка, в принципі, нерегульована, можуть бути рекомендації на добровільній основі щодо стандартів навчання, тестування чи сертифікації.

У багатьох країнах бізнес-сектор розглядає себе як клієнта для випускників системи (професійно-технічної) освіти та навчання, але не як співвідповідальний за розробку системи. Таке дистанційоване ставлення часто призводить до критики чи скарг на державних дійових осіб, керівників професійно-технічних шкіл і навчальних центрів. Крок до подолання цієї неоптимальної ситуації для всіх залучених сторін, у принципі, легко сформулювати, однак через культурну прив'язаність практична реалізація нелегка. Як орієнтир для змін, на нашу думку, доцільно сформулювати наступне: бізнес-сектор бере участь у розробці та впровадженні ПТО, з метою ідентифікації бізнес-сектору і ПТО, залучення випускників ПТО до найму персоналу бізнес-сектору, підвищення оцінки та репутації ПТО в суспільстві за допомогою вербальної і практичної підтримки. Це, у свою чергу, може позитивно вплинути на випускників шкіл та їхніх батьків при переході від школи до навчання у ЗВО та працевлаштуванні.

Як відомо, ключовим елементом підвищення відповідності змісту навчання є розробка освітньо-професійних програм. У навчальному плані визначаються цілі та зміст навчальної програми. І певною мірою також фіксуються тривалість, хронологічна послідовність, а також методичні керівні принципи та інструкції щодо впровадження для вчителів [11]. Освітньо-професійні програми мають на меті визначення стандарту для забезпечення (мінімальної) якості навчальної програми та підвищення прозорості для бізнес-сектору як замовника та одержувача ПТО. Навчальні програми ПТО можуть мати різні структурні моделі. Традиційною формою є освітні програми, сформовані як монолітне ціле, які протягом приблизно трьох років призводять до розвитку визначеного профілю компетенцій. Різноманітність цієї структурної моделі досягається шляхом включення факультативних модулів, які можуть бути виконані за бажанням – поки, що протягом фіксованого загального терміну, – але все одно призводять до набуття стандартизованої кваліфікації. Навпаки, можлива модульна структура із сертифікованими модулями, які призводять до набуття часткової кваліфікації. Загальна кваліфікація можлива лише після поступового завершення всіх модулів. Залучення бізнес-сектору до розробки освітньо-професійних програм

може значно сприяти забезпеченню актуальності та відповідності освітньо-професійних програм ПТО.

Для підвищення ефективності шляху студента є доцільним також створення інтегрованих кластерів. Зокрема, коледж бізнесу Університету Огайо (США) створив інтегрований бізнес-кластер для поєднання формування як “твердих” навичок, так і м’яких навичок у студентів у міждисциплінарному ландшафті. Концепція інтегрованого бізнес-кластеру (ІВС) проста: об’єднати викладачів і студентів з різних дисциплін в один клас, де вони працюють разом у командах, щоб створити реальні можливості для бізнесу. Студентам пропонується застосувати ключові концепції, які вони вивчають із чотирьох дисциплін (ділове спілкування, менеджмент, аналітика та інформаційні системи, маркетинг), і отримати практичний досвід. Зокрема, студенти приєднуються до “Copeland Associates”, фіктивної фірми, яка надає клієнтам бізнес-аналітику та консультативну підтримку, і діють як Junior Associates, або “нові наймані працівники”. В подальшому викладачі беруть на себе роль старших партнерів, щоб направляти співробітників через серію прогресивно складних бізнес-проблем, працюючи над інтеграцією та застосуванням знань з кожної дисципліни. Акцент робиться на критичному мисленні, ефективній комунікації, ефективності командної роботи, інтегративному навчанні та професійній відповідальності. Студенти співпрацюють, щоб завершити роботу над двома різними клієнтськими проектами – дослідницьким та аналітичним проектом і проектом бізнес-концепції.

Для дослідницького та аналітичного проекту характерним є те, що студенти проводять дослідження та аналізують свої висновки, щоб надати рекомендації клієнту. У проекті бізнес-концепції – студенти створюють та оцінюють здійсненність потенційної бізнес-концепції шляхом зовнішнього аналізу, розробки сценаріїв попиту, створення маркетингової стратегії з повним обґрунтуванням та фінансовими прогнозами. Інтегрований бізнес-кластер (ІВС) незмінно згадується як один із найцінніших освітніх досвідів студентів та випускників [8]. Подібні кластери можуть бути створені, зрозуміло, не лише для вивчення бізнес-дисциплін та формування м’яких навичок у студентів, а й для досліджень та розробок у відповідних технічних галузях. Технічні коледжі стають критично важливими факторами та ключовими установами в розвитку технологій, щоб задовольнити вимоги промисловості до більш висококваліфікованих і технічно досвідчених працівників. “Не кількість робіт і комп’ютерів, розмір і технічна досконалість робочих центрів або ступінь автоматизації вирішуватимуть наш майбутній успіх, – зазначив голова наглядової ради Volkswagen AG, – а наші людські ресурси” [7].

У деяких європейських країнах, в регіональних ЗПО, у рамках програм та технічних коледжів які призначені для місцевих студентів і студентів, які приїхали на навчання з інших регіонів країни, а також для сусідніх фірм (в першу чергу в рамках громад), викладачі заохочуються мислити глобально, але діяти локально. Цей регіональний фокус дає технічним коледжам можливість для кластерної спеціалізації, якою вже успішно скористалися деякі коледжі. Широко децентралізовані та прикладні технічні коледжі в багатьох регіонах є провідним джерелом технологічної експертизи, ноу-хау та ядром інфраструктури знань регіонів. Наприклад, у технологічному плані для Лімбурга, Бельгія, стверджується, що Політехніка Венло є “найважливішим центром знань у північній частині провінції”. Технічні коледжі є особливо корисними для малих і середніх підприємств, які внаслідок скорочення промисловості за останнє десятиліття стають все більш важливими для регіональної економіки. Технічні коледжі мають кращі можливості для охоплення малих і середніх підприємств, ніж університети, консультанти та агенції з надання послуг, багато з яких вважають за краще не турбуватися про потреби “ноу-хау”, які можуть не бути технологічно складними або мати масштаб, що може бути достатньо прибутковим.

У Торонто, Канада, Humber College of Applied Arts & Technology є частиною партнерства з урядом, працівниками та промисловістю пластмас для створення Канадського навчального центру пластмас. Програми включають сертифікаційну програму для операторів процесів і машин для лиття під тиском, дворічну освіту для техніків із виготовлення пластмас і широку безперервну освіту для галузі. Коледж є автономним, але керується чотирма адміністраторами коледжу вищого рівня разом із представниками промисловості та праці.

У Іпрі, Бельгія, Technisch Instituut Heilige Familie разом із місцевими малими та середніми підприємствами створили навчальний центр CAD/CAM у школі для виробництва готового одягу. Центр став результатом того, що коледж і МСП спільно визнали, що промисловість потребує впровадження нових технологій, але має місце відсутність відповідних навичок у працівників компаній. Центр залучив нові компанії і тепер також задовольняє широкий спектр додаткових технічних потреб, таких як внутрішня організація та організація робочого місця, а також присвоєння професійної кваліфікації. Отже, ці приклади є основою для створення кластерів, які включають ЗПО та бізнес.

Спеціальна кластерна освіта – це метод розвитку навичок, заснований на поглибленому дослідженні технічних і кваліфікованих професій у регіональних промислових кластерах. Сила спеціального кластера полягає в його здатності інтегрувати

відповідні спеціальності, а потім максимізувати їхню ефективність як “кластер”. Для підвищення якості професійно-технічної освіти та розвитку кластерів спеціальностей високого рівня, компоненти початкової навчальної програми середніх професійно-технічних шкіл, таких як цілі навчальної програми, педагогічні колективи та практична підготовка, мають бути трансформовані та узгоджені з потребами бізнес-структур, залучених до кластеру. Термін “галузевий кластер” походить від теорії промислових кластерів Майкла Портера, професора Гарвардської школи бізнесу, який спеціалізується на конкурентній стратегії та міжнародній конкуренції. Це явище, коли група конкурентоспроможних підприємств у певній галузі разом зі своїми партнерами, спеціалізованими постачальниками, постачальниками послуг та пов’язаними установами консолідується в певній сфері з метою підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку шляхом оптимізації факторів виробництва, спільного використання ресурсів і скорочення витрат. У професійно-технічному коледжі чи школі кластер спеціальностей – це набір спеціальностей, що складається з однієї або кількох основних спеціальностей, пов’язаних із перевагами працевлаштування, та інших пов’язаних спеціальностей, які мають спільну професійну та технічну освіту [19].

Конотації спеціальних кластерів такі [20]: 1. Ринок: у міру розвитку індустріалізації підприємства все більше зацікавлені в наймі різнокваліфікованих працівників, оскільки ті, хто має одну спеціальність, не можуть задовольнити ринковий попит. 2. Професійно-технічна освіта залишається життєво важливою складовою освіти. Спеціальний кластер не є довільним; його архітектура визначається виходячи з вимог до кожної професійної посади. 3. Координація: спеціальності кластера мають узгоджені співвідношення. Хоча кожна спеціальність самодостатня, вони функціонують узгоджено з іншими спеціальностями. 4. Систематичність: спеціальний кластер можна розглядати як організовану систему. Він має не тільки постачати кваліфікованих працівників для світу поза системою, але також збирати інформацію ззовні кластера, щоб оптимізувати внутрішні елементи кластера, такі як відносини між спеціальностями, навчальним планом, умовами навчання та командою викладачів. 5. Інновації: трансформація традиційних галузей промисловості та швидке зростання галузей, що розвиваються, призвели до створення нових типів робочих місць; цифровізація підвищила вимоги до різноманітних професій. Як наслідок, ЗПО мають постійно впроваджувати інновації та адаптувати кластери своїх спеціальностей до мінливих промислових та екологічних умов.

Однак у ринково орієнтованій економіці підприємства є суб’єктами, орієнтованими на отримання

прибутку; більшість із них розглядають участь у професійно-технічній освіті як джерело прямих чи непрямих фінансових втрат. Співпраця між ЗПО та підприємством збільшує їх операційні витрати, оскільки вони мають покривати всі витрати на проживання студентів, які навчаються в їхніх компаніях, а студенти, як правило, неефективні працівники, які дарма витрачають сировину, коли трапляються операційні помилки. Співпраця ЗПО з підприємствами створює значні ризики для цих підприємств. У разі нещасного випадку, спричиненого помилкою студента, підприємство несе відповідальність за пов’язані з цим витрати, включаючи медичні витрати та компенсацію, і його репутації і навіть бухгалтерському гудвілу може бути завдано шкоди. Крім того, без політичних стимулів бізнес не має достатньої мотивації безпосередньо брати участь у професійно-технічній освіті. Компанії не інтегрували співпрацю між ЗПО та бізнесом у свій ланцюжок цінності. Як наслідок, поточна модель співпраці ЗПО та бізнесу ще не повністю інтегрована в розвиток бізнесу.

У цьому ландшафті запровадження шляху студента, подібної до шляху працівника, в рамках синергетичного партнерства, спрямованого на створення вартості, є актуальним завданням у оновленні бізнес-партнерства в діяльності закладів професійної освіти та виведення такого партнерства на новий рівень, на якому ЗПО та бізнес-гравець є рівноправними партнерами, рівною мірою, хоча із різним набором очікуваних результатів, зацікавлених у співробітництві. Деякі приклади можуть бути певною мірою запозичені із досвіду університетів у створенні кластерів. Так, у США регіональні зусилля з розвитку галузевих кластерів все частіше включають університети як центральні активи. Практика часто передує політиці, і це стосується університетських і кластерних стратегій. Окремі штати та регіони розпочали практичну діяльність в цьому напрямку, перш ніж було встановлено знання про “ціну” та переваги цих підходів. Дослідження Paytas J. та інші закладає основу для критичного перегляду ролі університету в розвитку кластерів [13]. Автори оцінюють як чинники університету, так і фактори кластеру, які є життєво важливими для успішного розвитку кластеру університет-промисловість. Автори підкреслюють, що розвиток кластерів на базі університетів – це складний шлях, який вимагає відданості, часу та терпіння. Успіх університетської кластерної ініціативи вимагає не лише активного, залученого, високоякісного університету. Також необхідно мати відповідні умови в рамках регіональних промислових кластерів. У межах регіону університети найкраще можуть впливати на розвиток молодих кластерів, що розвиваються, але для цього потрібне широке виділення значних університетських ресур-

ШЛЯХ СТУДЕНТА ЯК ІНСТРУМЕНТ БІЗНЕС-ПАРТНЕРСТВА У ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ

сів у ландшафті різноманітних факультетів відповідно до потреб кластера.

Дійсно, при створенні кластерів за участю ЗПО слід враховувати саме регіональний/місцевий рівні. Але варто пам'ятати, що на відміну від кластеру університет-бізнес, в кластері ЗПО-бізнес R&D є другорядною вигодою (не завжди гарантованою),

тоді як дотримання парадигми шляху студента за умови правильної реалізації забезпечить бізнес високоякісною робочою силою, з безшовною інтеграцією випускників у середовище компанії та відповідні робочі місця. Теоретично, загалом, синергічне партнерство забезпечує взаємну вигоду, зображену на рис. 3.



Рис. 3. Взаємна вигода в синергічному партнерстві [10]

Для побудови моделі діяльності закладів професійної освіти на основі бізнес-партнерства допов-

нено наведений рисунок додатковими елементами (див. рис. 4).

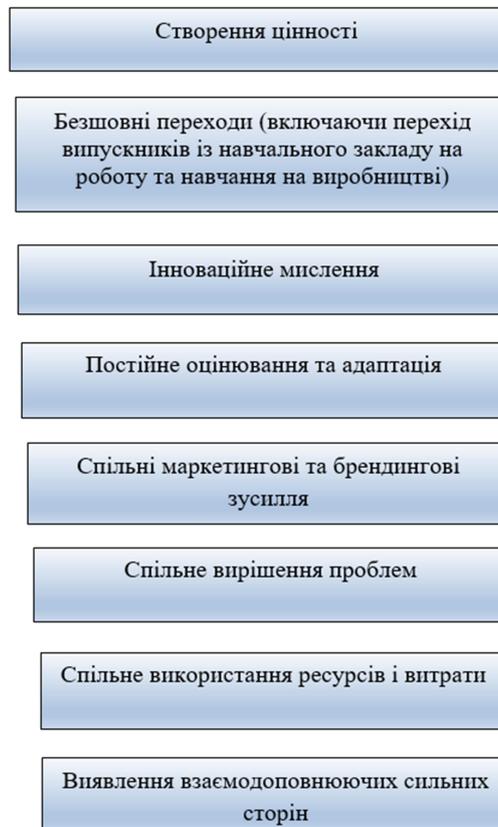


Рис. 4. Взаємна вигода в синергічному партнерстві за участю ЗПО

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що концепція “шляху студента”, адаптована на основі моделі “шляху співробітника”, є ефективним інструментом інтеграції закладів професійної освіти з бізнес-середовищем. Застосування цієї концепції дозволяє розглядати освітній процес з позиції здобувача освіти, враховувати його освітні потреби та професійні очікування роботодавців, а також створювати умови для безперервної та логічно узгодженої інтеграції випускників у професійне середовище.

Доведено, що впровадження бізнес-партнерства у діяльність закладів професійної освіти сприяє підвищенню відповідності освітніх програм актуальним вимогам ринку праці, розвитку професійних і загальних компетентностей студентів, а також формуванню регіональних інноваційних та професійних кластерів як чинників сталого економічного розвитку.

Обґрунтовано доцільність адаптації освітніх програм і кластерних моделей професійної освіти до потреб бізнесу з урахуванням як фахових (“твердих”), так і соціально-комунікативних (“м’яких”) навичок. Важливим є також упровадження міждисциплінарних практико-орієнтованих проєктів, що забезпечують формування конкурентоспроможних і професійно мобільних фахівців.

Водночас виявлено низку проблем, пов’язаних із реалізацією партнерських моделей, зокрема недостатність політичних і економічних стимулів для бізнесу, наявність операційних ризиків та відсутність цілісної системи взаємодії між закладами професійної освіти й роботодавцями. У цьому контексті концепція “шляху студента” розглядається як потенційно ефективний механізм подолання зазначених бар’єрів, що забезпечує синергічну взаємодію учасників освітнього процесу та сприяє підвищенню якості професійної освіти.

Перспективи розвитку включають впровадження інтегрованих кластерів спеціальностей, формування локально-регіональних центрів компетенцій та адаптацію зарубіжного досвіду університетських кластерів до систем ПТО. Це дозволяє створити стабільну, ефективну та взаємовигідну модель партнерства, яка забезпечує довгострокову конкурентоспроможність випускників і закладів освіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Allen M. The next generation of corporate universities: Innovative approaches for developing people and expanding organizational capabilities. New York. 2007. 432 p.
2. Ayuthaya D., Koomsap P. Student Learning Journey Map: A Design Toolkit for Enriching Learning Experience. In *Transdisciplinarity and the Future of Engineering*. 2022. P. 668–677.
3. Vaporikar N. Role of corporate universities in higher education *International Journal of Applied Management Sciences and Engineering*. 2015. Vol. 2. Iss. 1. P. 30–43.

4. Blokdyk G. Internal talent marketplace. Toronto. 2021. 314 p.
5. Deloitte. Organizational transformation. 2024. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/human-capital/solutions/about-our-organization-mastrformation.html>
6. Dlugos, K. Talent market tradeoffs: examining the positive and negative outcomes associated with market-based internal hiring. PhD dissertation. Cornell University. 2020. 181 p.
7. Ehlen C. G. J. M., van der Klink M. R., Boshuizen H. P. A. Unravelling the social dynamics of an industry–school partnership: social capital as perspective for co-creation. *Studies in Continuing Education*. 2016. Vol. 38. No. 1. P. 61–85.
8. Germain-Alamartine E., Moghadam-Saman S. Aligning doctoral education with local industrial employers’ needs: a comparative case study. *European Planning Studies*. 2019. Vol. 28. No. 2. P. 234–254.
9. Hoffman W. Collaborating for the common good: Navigating public-private data partnerships. McKinsey Analytics. 2019.
10. Johnson-Vegas L. The evolution of the corporate university: reasons for continued utilization, operations during a pandemic, and connection to talent management. PhD dissertation. PennState University. University Park. 2022.
11. Martens S. Building student-staff partnerships in higher education. Doctoral thesis. Maastricht University. 2021.
12. Meghji A. Theoretical synergy, global social theory, and the global colourline. *Ethnic and Racial Studies*. 2024. Vol. 47. Iss. 13. P. 2844–2853.
13. Paytas J., Gradeck R., Andrews, L. Universities and the development of industry clusters. U.S. Department of Commerce. 2004. 113 p.
14. Pierric A. Principles of ecosystem strategy. PhD dissertation, Degree of PhD in Management. University of Glasgow. 2023. 330 p.
15. Rains P. Defining student journey mapping in higher education: The ‘how-to’ guide for implementation on campus. *Journal of Education Advancement and Marketing*. 2017. Vol. 2. Iss. 2. P. 108–119.
16. Schiuma G., Carlucci D. Managing strategic partnerships with universities in innovation ecosystems: a research agenda. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2018. Vol. 4. Iss. 3. Article 25.
17. Sin K. School-university Partnership in Teacher Education in Myanmar. Eotvos Lorand University. Budapest. 2022. 275 p.
18. Tong U. Perception of the value of training, extent of involvement in corporate university programs, level of organizational commitment, and the accountability of corporate university program as viewed by managers in China. PhD dissertation. University of Illinois. Urbana. 2018. 338 p.
19. Wang S., Huang T. The coordinated development of secondary vocational school specialty clusters and industry clusters: Citing Longgang No.2 Vocational and Technical School of Shenzhen as a case study. *Science Insights Education Frontiers*. 2022. Vol. 11. Iss. 2. P. 1567–1577.
20. Wu S. G., Guo Q. Z. Basic connotations and key tasks of specialty clusters in secondary vocational schools. *Modern Education Management*. 2019. Vol 6. P. 101–105.
21. Wuttke E. et al. Vocational Education and Training in the Age of Digitization: Challenges and Opportunities. Leverkusen. 2020. 280 p.

Стаття надійшла до редакції: 30.12.2025

Прийнято до друку: 23.01.2026

Опубліковано: 26.02.2026