

MPНТИ 14.35.21

JEL Classification: I23

DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2022-1-137-146>

ЖАҢА БУЫН УНИВЕРСИТЕТТЕРІ: ТҮРЛЕРІ, СИПАТТАМАСЫ ЖӘНЕ ЗАМАНАУИ СЫН-ҚАТЕРЛЕРІ

Р. Э. Андекина

Тұран-Астана Университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан Республикасы

АҢДАТПА

Зерттеу мақсаты – жаңа буын болып саналатын университеттердің мәні, рөлі мен модельдерін сараптау және сын-қатерлерін анықтау.

Зерттеу әдіснамасы – Web of Science дерекқорларындағы кәсіпкерлік университеттерді қарастырған іргелі және эмпирикалық зерттеулерге әдеби шолудан, ақпаратты өңдеуден және жүйелеуден, кәсіпкерлік жоғары оқу орындарының модельдеріне салыстырмалы талдау жүргізуден тұрады.

Зерттеудің бірегейлігі / құндылығы – зерттеудің нәтижелерін Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі, жоғары оқу орындары, сондай-ақ, ғылыми орталықтар мен ғылыми-зерттеу институттарының қызметкерлері және қалың бұқара пайдалана алады.

Зерттеу нәтижелері – мақалада Үштік спираль шеңберіндегі кәсіпкерлік және қатысушы университеттеріне байланысты ең танымал дереккөздер сарапталып, осы екі модельдің негізгі сипаттамалары айқындалды. Сонымен бірге, олардың қалыптасуы мен дамуына әсер ететін факторлар анықталып, салыстырмалы талдау жүргізілді.

Түйін сөздер: кәсіпкерлік университет, қатысушы университет, Үштік спираль, трансформация, кәсіпкерлік.

Алғыс: мақала AP08052656 «Қазақстандық жоғары оқу орындарының «Үштік спираль» тұрғысында трансформацияға дайындығын бағалау» атты Қазақстан Республикасының Білім және ғылым министрлігі қаржыландыратын ғылыми жобасының аясында дайындалды.

КІРІСПЕ

Жаһандану мен халықаралық деңгейдегі бәсекелестік жоғары оқу орындарының (ЖОО) үштік спираль жағдайында кәсіпкерлік университетке айналу қажеттілігін туғызуда. Бұл спиральда жоғары оқу орындарының білім мен инновация генераторы ретіндегі рөлі ерекше маңызды болып табылады. Университеттердің екі негізгі міндетіне – оқыту мен зерттеу жүргізуге үшінші болып – қоғам үшін тиімді экономикалық шешімдер табу қосылды. Тиісінше, енді университеттер қандай білімді қалыптастырып тарататынын қайта қарастыруда.

Жалпыға ортақ әлемдік тәжірибеде жоғары оқу орындары зерттеу, білім беру және инновациялар арасындағы білім үшбұрышында белсенді рөл атқарады, өйткені олардың функционалдығы қазіргі білім қоғамында барлық салаларда өте маңызды болып табылады [1]. Сәйкесінше, университетке қандай білімді беру қажет екенін қайта қарастыру қажет. Өз кезегінде білімнің өзгеруі оқытудың жаңа

әдістерін қайта қарауға және дамытуға әкеледі. Сонымен қатар, инновацияларды сәтті енгізу үшін университеттердің беделін арттыру қажет. Жоғары оқу орындарына қойылатын талаптар жыл сайын өсуде.

Жаңа білім экономикасында университеттің миссиясы – бизнес секторымен және мүдделі тараптармен белсенді қарым-қатынаста болу. Олардың арасындағы байланыстан бизнес секторына университеттердің ғылыми зерттеулерінен әлеуметтік және экономикалық тиімділік болса, университет өзінің кәсіпкерлік ортаға жақындығынан алған білімінен пайда табатындай болу керек [2].

Кларк [3] жоғары оқу орындарына кәсіпкерлік университетке, басқаша айтқанда, инновациялық университетке айналуы кездейсоқ болмайды деп атап өтті. Сонымен қатар, университеттегі трансформация басшылықтың нұсқауымен бола алмайды. Трансформация университеттің құрылымы мен бағытын өзгертуге дайын ішкі топтың бастамасымен мүмкін болады.

НЕГІЗГІ БӨЛІМ

Университеттің кәсіпкерлік ретінде дамуы үш кезеңнен тұрады және бұл кезеңдер міндетті түрде ұсынылған тәртіпте жүрмейді [4]. Бірінші кезеңде академиялық институт өзінің бағытына стратегиялық көзқараспен қарайды және қайырымдылық (эндаумент), оқу ақысы және грант кірісі есебінен өз ресурстарын ұлғайту арқылы немесе ресурстармен жабдықтаушылармен келіссөздер жүргізу арқылы өзінің басымдықтарын белгілеуге мүмкіндік алады. Стратегиялық бағытты анықтау қабілеті – бұл кәсіпкерлік университетке алғашқы қадам ғана.

Бірінші кезең – бұл қажетті, бірақ жеткіліксіз шарт. Екінші қадам – университетте алған білімді, әсіресе ол орналасқан аймақта қолдануды қамтамасыз ету. Кәсіпкерлік университеттің артықшылықтары технологиялар трансферті мен зерттеулердің коммерциализациясынан бастап аймақтық экономикалық даму стратегиясын құрудағы белсенді рөлге және осы стратегияны іске асыру бастамаларына қатысуға дейін әр түрлі формада болуы мүмкін. Трансформацияның үшінші кезеңінде академиялық институт, көбінесе өнеркәсіппен және үкіметпен бірлесе отырып, өзінің аймақтық инновациялық ортасының тиімділігін арттыруда белсенді рөл атқарады.

Әлемнің күрделілігі жоғары оқу орындары үшін үнемі жаңа міндеттер қойып отырады [5, б. 156]. Төменде университеттер үшін сегіз маңызды сын-қатер келтірілген (Сурет 1). Олар жоғары білім беру саласының қазіргі формасы мен құрылымы туралы сұрақтар тудырады.



Сурет 1 – Университеттің жаңа сын-қатерлері
Ескерту – [5] дереккөзі негізінде автормен құрастырылған

Осылайша, университеттер жаңа қиындықтарға тап болып қана қоймай, сонымен қатар бұрынғы қызметтерін де жаңартуға міндетті болды. Университеттердің өмір сүруі және одан әрі дамуы олардың жаңа жағдайларға бейімделу дағдыларына байланысты болады. Жаңа міндеттер, мемлекеттік қаражаттың азаюы және білім беру нарығының құзыреті қазіргі заманғы университеттерге әсер етті.

Жаһандық деңгейдегі бәсекелестік деңгейінің жоғарылауымен заманауи университеттер қосымша қаржыландыру үшін жеке секторға жүгіне алу үшін өздерінің коммерциялық және бизнес мүмкіндіктерін кеңейтуі керек. Жоғарыда көрсетілген мәселелер бүкіл әлемдегі жоғары білім беру жүйесіне әсер ететін екінші академиялық революцияның бөлігі болып табылады.

Білім экономикасында университет қоғамдағы жетекші инновациялық бастамаларда маңызды және ынталандырушы рөл атқарады. Университеттің жаңа экономикадағы өсіп келе жатқан рөлі үкімет пен өндірісті білікті кадрлармен қамтамасыз етуден және ғылыми зерттеулер жүргізуден де асып түседі [6]. Сонымен қатар, қазіргі заманғы кәсіпкерлік университеттер зерттеу нәтижелерін коммерциализациялау арқылы экономикалық және әлеуметтік дамуға ықпал етуі керек. Осылайша өзін кәсіпкерлік университетке айналдырып, өзінің үшінші миссиясын орындайды.

Кәсіпкерлік университеттің көптеген анықтамаларының барына қарамастан, кәсіпкерлік жоғары оқу орнының 7 негізгі сипаттамасы төмендегідей болып танылады [7].

1. Позитивті және ықыласты көшбасшылық – сенімсіздік, күтпеген жағдай және күрделілік кезінде динамикалық және табысты ұйымды қолдаумен ерекшеленеді. Көшбасшылық пен менеджмент ортақ көзқарас пен мәдениетке негізделген, басқару жүйелерімен шамадан тыс жүктелмеген, әрдайым мүдделі тараптармен әр түрлі тәуелділіктерді кәсіпкерлікпен басқару арқылы автономияға ұмтылатын ұйымдағы барлық түрдегі инновацияларды ынталандыруы мүмкін.

2. Ұйымдастырушылық қабілет, адамдар, ынталандыру. Кәсіпкерлік жоғары оқу орындары өздерінің ұйымдастырушылық әлеуетін үнемі дамытуға ұмтылады. Осы мақсатта кәсіпкерліктің күн тәртібін алға жылжытатын және ұйым ішіндегі кедергілер мен шектеулерді жоятын кәсіпкерлік чемпиондары, қызметкерлер, студенттер және мүдделі тараптар үшін ынталандыру мен сыйақы қарастырылған. Басты мақсат – бүкіл ұйымдағы адамдарға өздерінің бастамаларын жүзеге асыруға, инновациямен айналысуға және синергия іздеу үшін сыртқы және ішкі шекаралар бойынша мүдделі тараптармен жеке сенімді қарым-қатынас құру мүмкіндігін кеңейту.

3. Оқыту мен үйрету арқылы кәсіпкерлікті дамыту стандартты оқулықтар мен қалыпты сынып бөлмелерінен гөрі көбіректі қажет етеді. Кәсіпкерлік педагогика тәжірибелік, ынтымақтастық және рефлексиялық оқыту арқылы студенттерге оқу процесінде үлкен еркіндік пен жауапкершілік беру арқылы кәсіпкерлік қабілетін арттыруға тырысады.

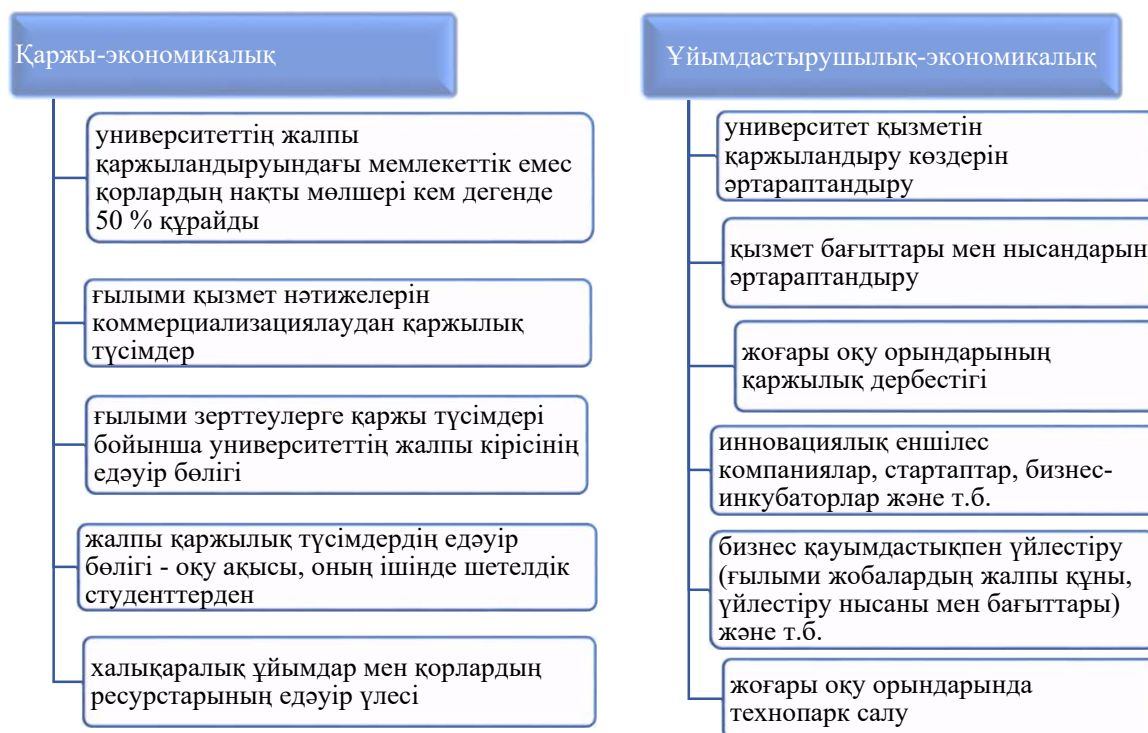
4. Кәсіпкерлерді дайындау бұл бизнес ашқысы келетін студенттер мен қызметкерлерге мақсатты қолдауды ұсынатын оқыту стратегиясы мен оқу ортасын қамтиды. Университеттер бұл қолдауды тікелей көрсете алады немесе әлеуетті кәсіпкерлерді жергілікті кәсіпкерлік экожүйесіндегі мамандандырылған стартаптарды қолдау орталықтарына бағыттай алады.

5. Екі жақтың да білімімен бөлісу кезінде үміттер, шектеулер мен талаптар туралы нақты түсінігі барына көз жеткізу үшін коммуникацияның болуы кәсіпкерлік жоғары оқу орнының іргетасы болып табылады. Жоғары оқу орындарындағы кәсіпкерлік, кәсіпкер және бизнеске деген жағымсыз көзқарастар іскери серіктестермен байланыс пен ынтымақтастықты қалыптастыруды шектеп, кедергі келтіруі де мүмкін.

6. Интернационалдандыру – жоғары білім беру сапасының маңызды көрсеткіші, бұл мақсат емес, үздіксіз өзгеру мен дамудың құралы. Жоғары оқу орындары өзінің оқытушылық, ғылыми-зерттеу және білімді бөлісу қызметі арқылы, сондай-ақ өз қызметкерлері мен студенттері арқылы халықаралық деңгейге шыға алады. Толық интернационалдандыру үшін университеттер екі әдісті де қолдануы керек.

7. Кейбір тәжірибелердің кәсіпкерлік жоғары оқу орнына әсерін өлшеу оңай емес. Кәсіпкерлік күн тәртібінің әсерін өлшеу үшін жоғары оқу орнының көшбасшылығындағы кәсіпкерлікті бақылау мен талдаудан бастау керек. Бұл кәсіпкерліктің басқарушы және атқарушы кеңестер үшін тұрақтылық, жоғары сапалы зерттеулер, шетелдік студенттерді тарту сияқты басқа стратегиялық мақсаттармен салыстырғанда қаншалықты маңызды екенін түсінуге көмектеседі.

Каленюк пен Дьяченко [8] шетелдік және ресейлік ғалымдардың ғылыми-зерттеу жұмыстарына, сондай-ақ әлемнің жетекші кәсіпкер университеттерінің тәжірибесін талдауға сүйене отырып, кәсіпкерлік университеттің келесі критерийлерін анықтады (Сурет 2).



Сурет 2 – Кәсіпкерлік университеттің критерийлері

Ескерту – [8] дереккөзі негізінде автормен құрастырылған

Тізімде көрсетілген критерийлердің ішінде Каленюк пен Дьяченко өздерінің мүлкі мен қаржылық ресурстарына билік ету құқығына және қаржылық түсімдердің қайнар көздері (мемлекеттік, жеке, кәсіпкерлік) және қызмет түрлері (зерттеу, оқыту, консультация) бойынша кең әртараптандыруға қатысты қаржылық автономияның болуын атап өтті. Бұл мемлекеттік емес көздерден барлық түсімдердің кемінде жартысын алуымен расталуы керек.

Шетелдік зерттеушілер кәсіпкерлік университет экономикалық және әлеуметтік маңыздылығын өлшеу үшін, эмпирикалық зерттеулердің көпшілігінде экономикалық сандық параметрлер қолданылады. Көбіне қолданылатын индикатор – бұл spin-off-тар саны. Сонымен қатар, патенттер, келісімшарттар бойынша кәсіби кеңестер, басылымдар, кәсіпкерлік білім, шетелдік студенттермен немесе зерттеушілермен алмасу, желілер (нетворк) және өнеркәсіппен ынтымақтастық. Мысалы, Бен-неуорс әріптестерімен білімге негізделген талаптарға жауап беретін спинофф, ұжымдық зерттеулер, инфрақұрылымды бөлісу, нетворкинг және кеңестік қолдау сияқты мәселелерге басым көңіл бөлді [9]. Ал Элисон мен Кин, университеттердің аймақтағы ролін келесідей алты көрсеткішке байланысты талдады:

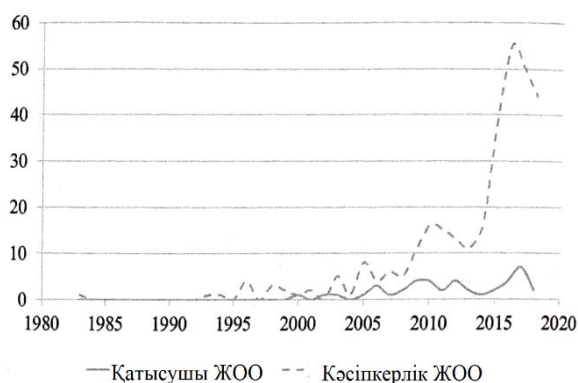
- 1) Кәсіпорынды дамыту
- 2) Біліктілікті шыңдау
- 3) Жабдықтау тізбегі
- 4) Технология мен зерттеуді дамыту
- 5) Әріптестік пен нетворк
- 6) Қоғамдық өмірге қатысу [10].

Кәсіпкерлік университеттер кеңінен таралғанмен, бұл моделді күмәнданған зерттеушілер де болды. Мәселен, Чарницки және басқалар коммерциялық мүмкіндіктерге немесе коммерциализацияланған білімге ұмтылу университеттің қоғамдық игілігін шектеуі мүмкін деп атап көрсетеді [11]. Басқа зерттеушілер бұл модельдің экономикалық емес және қаржылық емес аспектілерге жеткіліксіз мән беруін алға тартып, тиімділігі мен күтілетін нәтиже беру қабілеттілігін сынға алды.

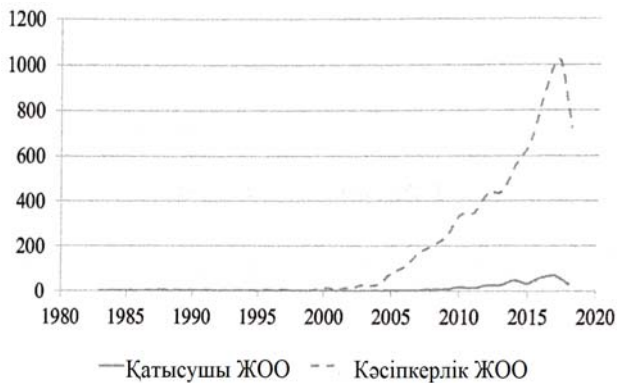
Ал қатысушы университеттің (ҚУ) кәсіпкерлік университеттен (КУ) айырмашылығы, үшінші миссиясы экономикалық қызметке қарағанда мемлекеттік қызметке көп байланысты. Қатысушы университеттердің басты ерекшелігі – аймақтық дамуға үлес қосу арқылы қоғам мен оның жеке тұлғаларының әл-ауқатын жақсартуға бағытталған қоғамдастықтың өміріне қатысуы [12].

Осылайша, қатысушы университеттің негізгі сыртқы мақсаттарына азаматтардың өмірін жақсарту, біліммен бөлісу, ақпараттық-түсіндіру жұмыстарына қатысу, жергілікті және аймақтық компаниялармен ынтымақтастық және технологиялар трансферті жатады. Сонымен қатар, ғалымдар өздерінің саяси, әлеуметтік және жеке жауапкершілігін арттыру, студенттерді жауапкершілікті азаматтыққа дайындау және олардың психосоциалдық дамуы мен жанашырлық (эмпатия) дағдыларын дамыту сияқты ішкі мақсаттарын да атап өтеді [13]. Қатысушы университеттер өздерінің қалалары мен аймақтарымен қарым-қатынаста шығармашылықпен айналысады. Бұл оқыту философиясы мен өзара әрекеттесу, қызмет көрсету және бірлескен оқыту педагогикасын және қоғамдастықты біріктіретін және оның қажеттіліктеріне сәйкес келетін зерттеулерді қажет етеді.

Сонымен қатар, 2000 жылдың басынан бастап ғалымдар кәсіпкерлікпен қатар үшінші буын университеті болып табылатын қатысушы (engaged) университет тұжырымдамасын енгізді. Университеттің бұл анықтамасы алғаш рет 2000 жылы айтылды, ал 2005 жылдан бастап университеттердің қатысушы моделі бойынша басылымдардың саны белсенді түрде өсті. Осылайша, тек Web of Science дерекқорының библиометриялық анализі бойынша 2018 жылдың аяғында осы университеттердің екі моделі бойынша 356 ғылыми еңбек жарық көрді [12, 5 б.]. Алайда, жұмыстардың көп бөлігі (85 %) кәсіпкерлік жоғары оқу орындарына арналған. 3-суретте (3а және 3б) Web of Science мәліметтер базасына сәйкес библиометриялық мәліметтер келтірілген.



Сурет 3а – Университеттерге қатысты басылымдар саны



Сурет 3б – Университеттерге байланысты сілтемелер саны

Ескерту – [12, 6 б.] дереккөзі

3-суретте көрсетілгендей, екі модель бойынша басылымдар саны және сілтемелер саны жылдан-жылға артып келеді. Бұл екі тақырыптың зерттеу бағыты ретінде танылғанын көрсетеді. 1-кестеде Кәсіпкерлік және қатысушы университеттерді аккредиттеу кеңесінің мәліметтері бойынша екі университет моделінің салыстырмалы талдауы көрсетілген.

Кесте 1 – КУ пен ҚУ салыстырмалы талдау

№	Аспект	Кәсіпкерлік университет	Қатысушы университет
1	Бағыт пен стратегия	Стратегиялық ұстанымы мен бағдары бірінші кезекте экономикалық үлеске бағытталған	Стратегиялық ұстанымы мен бағдары бірінші кезекте әлеуметтік және мәдени ықпалға бағытталған
2	Адами даму	Мекеме өз қызметкерлерін және олардың ұйымдастырушылық қабілетін белсенді түрде дамытады, сондықтан олар тәуекелге барып, кәсіпкерлікпен қатар, ішкі кәсіпкерлікпен (intrapreneurship) айналысады	Мүмкіндіктерді пайдаланып, бірлесіп шешім қабылдау үшін мекеме өз қызметкерлерін және олардың ұйымдастырушылық қабілетін белсенді түрде дамытады
3	Драйверлер мен коздыр-ғыштар	Индивидтер мен топтарға жаңалық енгізуге мүмкіндік беретін кәсіпкерлік экожүйені дамытады.	Сенім мен адалдыққа негізделген тығыз серіктестіктер мен ынтымақтастықты дамытады.
4	Білім және ғылым	Білім беру жеке тұлғаның ойлау қабілеті мен іскерлік қабілеттерін дамытуға бағытталған. Зерттеулер жедел табыс немесе нәтижелерді пайдаланудың әлеуетін қамтамасыз етеді.	Қоғам мен бизнестің қажеттіліктерін қанағаттандыратын және сыртқы мүдделі тараптарды біріктіретін білім беру. Қызмет ету арқылы оқыту. Өзара тиімді зерттеулер жүргізу.
5	Инновациялар мен ықпалы	Бірқатар ықпалдар, әсіресе экономикалық, алуға бағытталған. Университетке болашақты қалыптастыру үшін ең жақсы жағдай беретін инновацияға негізделген	Әр түрлі ықпал етеді, соның ішінде экономикалық, бірақ көбінесе әлеуметтік және мәдени мәселелерге назар аударады. Инновация басқа мүдделі тараптардың пайдасымен сәйкес келеді
Ескерту –[12-15] дереккөздері негізінде автормен құрастырылған			

Осылайша, университеттер өздері жұмыс істейтін ортадан оқшауланған түрде жұмыс істей алмайды. Сонымен қатар, академия қоршаған ортаға және одан туындайтын қоғам қажеттіліктеріне жауап береді. Бұл жерде қатысушы университеттің әлеуметтік тұрақтылығы туралы көзқарас кәсіпкерлік университет тұжырымдамасын қолдау үшін өте орынды болып табылады.

Қазіргі таңда университеттерге олардың әлеуметтік, экологиялық және мәдени ықпалына байланысты көптеген «таңбалар» берілуде. «Этикалық» университетті табу үшін, университеттің көзқарасы, мақсатты міндеттері, стратегиялық жоспарлау мен басқаруда этикалық құндылықтар, тәжірибе мен жауапкершілік бірінші орынға қойылып, ал коммерциялық құндылықтар мен рентабельділік екінші орынға ығысуда. Бұл азаматшылық пен білімнің өзара тәуелділігін көрсетеді. Осылайша, қатысушы университет кәсіпкерлік болып көрінеді, сонымен бірге аумақпен тығыз байланысты және жалпы қоғамның дамуы мен әл-ауқатына кеңінен жауап береді.

Бұндай жоғары оқу орындарының әлеуметтік ықпалын өлшеу үшін Тренчер келесідей көрсеткіштерді ұсынады:

1) білімді басқару (бірлескен зерттеулер мен басылымдар, кеңес беру, негізгі мүдделі тараптар мен шешім қабылдаушыларға арналған тренингтер);

2) техникалық демонстрациялық жобалар мен эксперименттер (инновациялық немесе пилоттық жобалар);

3) технологиялар трансферті және экономикалық даму (өнеркәсіпке патенттеу және лицензиялау, немесе спинофф фирмаларын, технопарктер мен кластерлік аймақтарды құру);

4) табиғи органы реформалау (университеттің басшылығымен жылжымайтын мүлікті дамыту, көршілестік реформасы немесе инфрақұрылымды жақсарту);

5) әлеуметтік-техникалық эксперимент (азық-түлік немесе тұтыну желісін қайта құру, технологиялық артефактілерді қайта ұйымдастыру немесе азаматтардың немесе жеке сектордың мінез-құлқын өзгертуге арналған тәжірибелік ынталандыру немесе саясат құралын енгізу) [16]. Сондықтан Тренчер әріптестерімен кейбір кәсіптік көрсеткіштерден қоршаған орта мен қоғам үшін жауапкершілік шараларын енгізеді. Ал Годдард және Валанс денсаулық сақтау, физикалық регенерация, студенттерге баспана, мәдени өндіріс пен тұтыну сияқты қызмет түрлерін ұсынады [17].

Осылайша, төртінші миссияның нақты мәні әлі де біркелкі емес, дегенмен университеттің жаңа ролі кең мағынада қоғамдастықтың әлеуметтік, мәдени және экономикалық дамуын ынталандыруға арналған болу керек. Бұл жаңа фокус және қоғамға әсер ету тұжырымдамасы қазір академиктер үшін де, саясаткерлер мен практиктер үшін де өзекті тақырыпқа айналды.

ҚОРЫТЫНДЫ

Университеттің әлеуметтік-экономикалық және қоғамдық-саяси өзгерістерге бейімделудегі рөлінің өзгеруі білімге негізделген экономиканың нәтижесі болып табылады. Бұл рөл «тек» зерттеу мен оқытумен шектелмейді, сонымен қатар «қоғамдық жұмыстарды» қамтиды.

Соңғы 35 жыл ішінде көптеген университеттер кәсіпкерлікке трансформациялануына байланысты, жыл сайын кәсіпкерлік университеттеріне арналған ондаған ғылыми еңбектер шығарылады. Осы мақалада Web of Science дерекқорындағы кәсіпкерлік (entrepreneurial) және қатысушы (engaged) университеттер модельдері сарапталды.

Сондай-ақ, білімді адамдарды тарту, білім беру және жаңа кәсіпорындар құруға жағдай жасау, сондай-ақ жұмыс істеп тұрған фирмалар мен ұйымдардың, университеттердің бәсекеге қабілеттілігін қолдау арқылы дамудың катализаторы рөлін орындау зерттеушілердің назарын аударуда. Бұл мақалада университеттің іс-шаралары мен көрсеткіштері ғылыми әдебиет ағымында пайда болған тақырып екендігі көрсетілген. Университеттер қызметінің тиімділігі мен көрсеткіштері бойынша зерттеулер жүйеленді. Библиометриялық талдау университет пен жергілікті дамудың арақатынасы туралы әдебиеттің маңыздылығының арта түскендігін растады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. The Knowledge Triangle: Enhancing the contributions of Higher Education and Research Institutions to Innovation, 15-16 September 2016 [Электронды ресурсы] // Organisation for Economic Co-operation and Development [web-сайт]. – 2016. – URL: <https://www.oecd.org/science/knowledge-triangle.htm> (Қапыр уақыты: 15.06.2021).
2. Etzkowitz H., Zhou C. The Triple Helix. University-Industry-Government Innovation and entrepreneurship. – New York: Routledge, 2018. – 328 p.
3. Clark B. R. Creating entrepreneurial universities: Organizational pathways of transformation. Issues in higher education. – New York: Emerald, 1998. – 163 p.
4. Etzkowitz H., Zhou, C. Regional innovation initiator: the entrepreneurial university in various triple helix models // In Singapore Triple Helix VI Conference Theme Paper. – 2007. – P. 1-25.
5. Gibb A., Hofer A. R., Klofsten M. The entrepreneurial higher education institution: A review of the concept and its relevance today [Электронды ресурсы] // Heinnovate [web-сайт]. – 2013. – URL: https://heinnovate.eu/sites/default/files/heinnovate_concept_note.pdf (Қапыр уақыты: 15.06.2021).
6. Lissenburgh S., Lissenburgh S., Harding, R. Knowledge Links: Innovation in University-Business Partnerships. – London: Institute for Public Policy Research, 2000. – 152 p.
7. Gibb, A. A., Haskins, G., Hannon, P. D., Robertson, I. Leading the Entrepreneurial University. – UK: National Centre for Entrepreneurship in Education, 2012. – 54 p.
8. Kalenyuk I., Dyachenko. A. Entrepreneurial universities in a world educational system // International Economic Policy. – 2016. – № 25. – P. 59-74.
9. Bennenworth P., Pinheiro R., Karlsen J. Strategic agency and institutional change: Investigating the role of universities in regional innovation systems (RISs) // Regional Studies. – 2017. – № 51(2). – P. 235-248.
10. Allison J., Keane J. Evaluating the role of the Sunshine Coast University (USC) in the regional economy // Local Economy. – 2001. – № 16(2). – P. 123-141.
11. Czarnitzki D., Rammer C., Toole A. University spin-offs and the “performance premium” // Small Business Economics. – 2014. – № 43(2). – P. 309-326.
12. Kliewe T., Baaken T. A brief history of engaged and entrepreneurial universities // Introduction of the book: Developing Engaged and Entrepreneurial Universities. – Springer, 2019. – P. 1-15.

13. Holland B. A. Toward definition and characterization of the engaged campus: Six cases // Metropolitan Universities. – 2001. – № 12(3). – P. 20-29.
14. Butin D., Seider S. (Eds.). The engaged campus: Certificates, minors, and majors as the new community engagement. – Palgrave Macmillan, 2012. – 217 p.
15. Standards and Guidelines for Entrepreneurial University Accreditation, Amsterdam [Электрондық ресурсы] // Accreditation Council for Entrepreneurial and Engaged Universities (ACEEU) [web-сайт]. – 2016. – URL: https://www.aceeu.org/docs/ACEEU_Standards_and_Guidelines_Engaged_University_v1.0.pdf (Қарау уақыты: 15.06.2021).
16. Trencher G., McCormick K., Doll C., Kraines S. Beyond the third mission: Exploring the emerging university function of co-creation for sustainability // Science and Public policy. – 2013. – № 41(2). – P. 151-179.
17. Goddard J., Vallance P. The University and the city. – London, UK: Routledge, 2013. – 232 p.

REFERENCES

1. The Knowledge Triangle: Enhancing the contributions of Higher Education and Research Institutions to Innovation, 15-16 September 2016. (2016). Organization for Economic Co-operation and Development website. Retrieved June 15, 2021, from <https://www.oecd.org/science/knowledge-triangle.htm>.
2. Etzkowitz, H. and Zhou, C. (2018). The Triple Helix. University-Industry-Government Innovation and entrepreneurship. Routledge, New York, 328 p.
3. Clark, B. R. (1998). Creating entrepreneurial universities: Organizational pathways of transformation. Issues in higher education. Emerald, New York, 163 p.
4. Etzkowitz, H. and Zhou, C. (2007). Regional innovation initiator: the entrepreneurial university in various triple helix models. In Singapore Triple Helix VI Conference Theme Paper, 1-25.
5. Gibb, A., Hofer, A. R. and Klofsten, M. (2013). The entrepreneurial higher education institution: A review of the concept and its relevance today. Heinnovate. Retrieved June 15, 2021, from https://heinnovate.eu/sites/default/files/heinnovate_concept_note.pdf.
6. Lissenburgh, S., Lissenburgh, S. and Harding, R. (2000). Knowledge Links: Innovation in University-Business Partnerships. Institute for Public Policy Research, London, 152 p.
7. Gibb, A. A., Haskins, G., Hannon, P. D. and Robertson, I. (2012). Leading the Entrepreneurial University. National Centre for Entrepreneurship in Education, UK, 54 p.
8. Kalenyuk, I. and Dyachenko, A. (2016). Entrepreneurial universities in a world educational system. International Economic Policy, 25, 59-74.
9. Benneworth, P., Pinheiro, R. and Karlsen, J. (2017). Strategic agency and institutional change: Investigating the role of universities in regional innovation systems (RISs). Regional Studies, 51(2), 235-248.
10. Allison, J. and Keane, J. (2001). Evaluating the role of the Sunshine Coast University (USC) in the regional economy. Local Economy, 16(2), 123-141.
11. Czarnitzki, D., Rammer, C. and Toole, A. University spin-offs and the “performance premium”. Small Business Economics, 43(2), 309-326.
12. Kliewe, T. and Baaken, T. (2019). A brief history of engaged and entrepreneurial universities. Developing Engaged and Entrepreneurial Universities. Springer, 1-15.
13. Holland, B. A. (2001). Toward definition and characterization of the engaged campus: Six cases. Metropolitan Universities, 12(3), 20-29.
14. Butin, D. and Seider, S. (Eds.). (2012). The engaged campus: Certificates, minors, and majors as the new community engagement. Palgrave Macmillan, 217 p.
15. Standards and Guidelines for Entrepreneurial University Accreditation, Amsterdam. (2016). Accreditation Council for Entrepreneurial and Engaged Universities (ACEEU) website. Retrieved June 15, 2021, from https://www.aceeu.org/docs/ACEEU_Standards_and_Guidelines_Engaged_University_v1.0.pdf.
16. Trencher, G., McCormick, K., Doll, C. and Kraines, S. (2013). Beyond the third mission: Exploring the emerging university function of co-creation for sustainability. Science and Public policy, 41(2), 151-179.
17. Goddard, J. and Vallance, P. (2013). The University and the city. Routledge, London, UK, 232 p.

**NEW GENERATION UNIVERSITIES: TYPES,
CHARACTERISTICS AND MODERN CHALLENGES**

R. E. Andekina

Turan-Astana University, Nur-Sultan, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose of the research is to analyze the essence, role and models of universities of the new generation and to identify their modern challenges.

Methodology of the research comprises of the critical review of fundamental and empirical research on entrepreneurial and engaged universities from the Web of Science database, processing and systematization of sources, comparative analysis of university models.

Originality / value of the research. The results of the research can be used by the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan, higher educational institutions, as well as other stakeholders and the general public.

Findings – the article analyzes the most popular sources from the Web of Science database, dedicated to entrepreneurial and engaged universities in the framework of the Triple helix. The author identified the factors that affect their formation and development, consequently the comparative analysis of these two models was conducted.

Keywords: entrepreneurial university, engaged university, Triple helix, transformation, entrepreneurship.

Acknowledgments: The article was prepared within the framework of the research project AP08052656 «Readiness assessment of Kazakhstani higher education institutions for transformation within the context of «Triple Helix»», funded by the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan.

**УНИВЕРСИТЕТЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ: ВИДЫ,
ХАРАКТЕРИСТИКИ И СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ**

Р. Э. Андекина

Университет Туран-Астана, Нур-Султан, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – проанализировать сущность, роль и модели университетов нового поколения и выявить их современные вызовы.

Методология исследования заключается в литературном обзоре фундаментальных и эмпирических исследований предпринимательских вузов из базы данных Web of Science, обработке и систематизации источников, сравнительного анализа моделей университетов.

Оригинальность / ценность исследования. Результаты исследования могут быть использованы Министерством образования и науки Республики Казахстан, высшими учебными заведениями, а также другими заинтересованными лицами и широкой общественностью.

Результаты исследования – в статье были проанализированы наиболее популярные источники базы данных Web of Science, посвященные предпринимательским (entrepreneurial) и вовлеченным (engaged) университетам в рамках Тройной спирали, определены основные характеристики этих двух

моделей. Автором выявлены факторы, влияющие на их формирование и развитие, а также проведен сравнительный анализ.

Ключевые слова: предпринимательский университет, вовлеченный университет, Тройная спираль, трансформация, предпринимательство.

Благодарности: Статья подготовлена в рамках исследовательского проекта AP08052656 «Оценка готовности казахстанских вузов к трансформации в контексте «Тройная спираль»», финансируемого Министерством образования и науки Республики Казахстан.

АВТОР ТУРАЛЫ

Андекина Регина Эрнстовна – PhD, доцент, Тұран-Астана Университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан Республикасы, e-mail: andekinaregina@gmail.com, ORCID 0000-0002-0740-0686.