ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СОВРЕМЕННЫХ ВУЗОВ И БИЗНЕСА: К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ И РОЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ

Михальченкова Н. А.

кандидат экономических наук, доцент, исполняющий обязанности ректора, Сыктыварский государственный университет имени Питирима Сорокина (Россия), 167001, Россия, г. Сыктывкар, Октябрьский проспект, д.55, mehedova@yandex.ru

УДК 378(470)
ББК 74.484(2Рос)

Цель. Целью исследования является выявление концептуальных подходов к анализу проблем взаимодействия университетов и субъектов бизнеса, роли экономики знаний позволяющих проектировать развитием систем высшего образования на условиях кооперации и сотрудничества.

Методология и методы. Методология исследования основана на принципах структурно-функционального анализа политических процессов, сравнительного анализа и синтеза.

Результаты. В статье на основе проведенного анализа выявлены возможные стратегии реакции образовательных организаций на влияние на условия глобализации. Сделан вывод о том, что высшее образование сталкивается с беспрецедентными вызовами в вопросах определения своих целей, роли, организации и масштабов участия в жизни общества и экономике. Проанализированы условия информационно-коммуникационной революции, развития экономики знаний, турбулентности экономического развития и соответствующих изменений финансирования, что позволяет пересмотреть требования, предъявляемые к системам высшего образования в мире. Автор пришел к выводу, что одним из важных ответов на эти вызовы является развитие в теории и на практике «предпринимательских университетов», олицетворяющих собой инновации как результат исследовательской деятельности, обмена знаниями, преподавания и обучения, управленческих изменений и выстраивания отношений с внешней средой. Такие университеты играют ведущую роль в обеспечении взаимодействия между вузами и бизнесом, необходимым для стабильного экономического роста, занятости и процветания.

Научная новизна. Данное исследование позволяет проецировать возможные условия объективизации развития экономики знаний, турбулентности экономического развития высшего образования со стороны бизнеса, спрогнозировать концептуальные аспекты развития образовательной среды в условиях предпринимательского сотрудничества.

*Ключевые слова***:** экономика знаний, глобализация, высшее образование, предпринимательский университет, инновации, бизнес, сотрудничество, профессиональная карьера.

THE INTERACTION OF MODERN UNIVERSITIES AND BUSINESS: THE ISSUE ABOUT THE NATURE AND ROLE OF ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY

Mikhalchenkova N. A.

Candidate of Science (Economics), Acting Rector, Syktyvkar State University named after Pitirim Sorokin (Russia), 55 Oktyabrsky Prospect, Syktyvkar, Russia, 167001,, mehedova@yandex.ru

© Михальченкова Н. А., 2016

Purpose. The aim of the study is to identify the conceptual approaches to the analysis of problems of interaction between universities and business subjects, the role of the knowledge economy to enable the design of the development of higher education systems in terms of cooperation and collaboration.

Methodology and methods. Research methodology is based on the principles of structural-functional analysis of political processes, comparative analysis and synthesis.

Results. In the article on the basis of the conducted analysis the author identified possible response strategies of educational organizations to influence the conditions of globalization; concluded that higher education is facing unprecedented challenges in defining its objectives, role, organization and participation in the life of society and the economy; analysed

the conditions for information and communication revolution, development of a knowledge-based economy, turbulence of economic development and relevant changes of financing that allows you to review the requirements for the higher education systems in the world. The author came to the conclusion that one of the important answers to these challenges is the development of «entrepreneurial Universities» in theory and practice exemplifying innovation as a result of research, knowledge sharing, teaching and learning, management changes and building relationships with external environment. Such universities play a leading role in the interaction between universities and business, necessary for sustained economic growth, employment and prosperity.

Scientific novelty. This survey allows project possible conditions for the objectification of the knowledge economy development, turbulence of the economic development of higher education by business, forecast conceptual aspects of educational environment development in the conditions of business cooperation.

*Ключевые слова***:** экономика знаний, глобализация, высшее образование, предпринимательский университет, инновации, бизнес, сотрудничество, профессиональная карьера.

В условиях интенсивного развития «экономики знаний», знаменующей собой новый этап развития постиндустриальной экономики, базирующейся на инновациях и предполагающей превращения знания в основную движущую силу развития общества, проблема взаимовыгодного сотрудничества между университетами и бизнесом приобретает все более актуальный характер. Не случайно в настоящее время все большую популярность приобретают различные интерпретации феномена, нашедшего свое отражение в концепциях «национальных инновационных систем» [6], «нового способа производства знаний» [5], «предпринимательского университета» [3], «модели тройной спирали» [4] и др. Эти концепции постепенно привели к формированию идеи о «третьей миссии» университетов – наряду с обучением и научными исследованиями – включение в жизнь сообщества посредством передачи технологий, междисциплинарности, участия в региональном развитии и, наконец, подготовка выпускников к вхождению на рынок труда.

Отсюда очевидной становится необходимость выхода университетов за рамки собственно академического сообщества и обеспечения взаимовыгодного эффективного сотрудничества с бизнесом, которое, на наш взгляд, целесообразно выстраивать по следующим основным направлениям.

Прежде всего, в центре внимания должно находиться повышение уровня человеческого капитала с учетом потребностей рынка труда и конкурентной ситуации с занятостью. Затраты на образование и профессиональное обучение являются вложением в благосостояние общества, поскольку таким образом обеспечивается повышение способности молодого человека зарабатывать в будущем. Представляется, что взаимосвязь между университетским образованием и профессиональной карьерой имеет смысл рассматривать с разных точек зрения. Во-первых, заслуживает внимания выявление соотношения между субъективными факторами успеха (то есть зависящими от самого человека) и объективными условиями той среды, в которой он формируется и функционирует как личность и как профессионал. В этом случае на первый план выходит анализ социально-классового и культурного происхождения выпускника, качество получаемого им образования, включая методы преподавания, организационную культуру конкретного вуза, степень его практикоориентированности, уровень освоенных компетенций и. т. п., а также такие параметры, напрямую связанные с его профессиональной деятельностью, как характеристики работы, межличностные отношения, связанные с работой, рынки труда, новые формы работы и организации трудовой деятельности.

В результате к факторам карьерного роста будут относиться:

- Степень удовлетворенности работой
- Соответствие между имеющимися у выпускника и требуемыми компетентностями
- Возможности карьерного роста
- Гарантии сохранения работы
- Степень самостоятельности в решении профессиональных задач
- Соотношение рабочего и свободного времени.
- К факторам влияния:
- Предшествующий образовательный опыт
- Тип обучения
- Характеристики программы
- Методы преподавания
- Поведенческие характеристики выпускника в период его обучения
- Территориальная мобильность и опыт работы во время и после обучения
- Характер работы и личностные качества работодателя

Во-вторых, на приращение человеческого капитала в результате получения университетского образования целесообразно посмотреть и с точки зрения повышения конкурентоспособности молодого человека на рынке труда, успешности его вхождения в мир

профессий. Здесь важно понять, каким образом работодатель оценивает способности, умения и навыки выпускника, методы рекрутирования выпускников, репутацию конкретного университета в бизнес сообществе, привлечение на работу выпускников зарубежных вузов и те основные вызовы, с которыми сталкиваются работодатели, принимая на работу выпускников университетов, не имеющих опыта соответствующей профессиональной деятельности. В этом плане основным становится сотрудничество работодателей и вузов уже на стадии разработки учебных планов, программ по конкретным курсам, в первую очередь тем, которые имеют практическую направленность, планировании и организации практик [10].

При этом принципиально важно, на наш взгляд, четко осознавать реально существующие различия в потенциале взаимодействия между вузами и рынком труда в зависимости от сферы будущей деятельности выпускников. Для этого, в первую очередь, необходимо учитывать следующие линии разделения.

Кто является работодателем – бизнес или государство?

Если основным работодателям является бизнес, то именно его представители должны играть решающую роль в определении содержания и форм обучения

Если в качестве работодателя выступает государство, то необходимо понимать идет ли речь о практикоориентированной деятельности (учитель, врач, социальный работник) или об академической карьере

В случае, когда идет подготовка специалистов для государственных учреждений (в сфере образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты и т.п.), то именно их представители должны определять профессиональные стандарты вузовской подготовки

Если же речь идет о воспроизводстве научно-педагогических кадров для самой системы высшего образования, а также для фундаментальной науки, которая в рамках российской системы по большей части остается на финансировании государства – в этом случае непосредственными работодателями выступают сами вузы или научно-исследовательские институты

Вторым направлением сотрудничества университетов и бизнеса является формирование в процессе обучения и воспитания в высшей школе предпринимательских качеств студентов, их готовности к самозанятости, инновационному поведению и способности вне зависимости от избранного пути демонстрировать мужество и любознательность, адекватные тем вызовам, с которыми они неминуемо столкнуться во «взрослой» жизни. Иначе говоря, речь идет не только о предпринимательстве в прямом смысле этого слова, то есть о разработке, внедрении и успешном развитии собственного коммерческого или социального проекта, но и способности и готовности внести инновационное начало в деятельность тех организаций, в которых они будут работать. Как справедливо подчеркивал Й. Шумпетер, предприниматель – это человек, пытающийся превратить новую идею или изобретение в успешную инновацию [1, с.159]

Третье направление сотрудничества между вузами и бизнесом должно способствовать обмену знаниями, направленному, с одной стороны, на постоянное обновление содержания учебного процесса с целью его максимального приближения к реалиям производства материальных и духовных благ в обществе, создание нового научного продукта, востребованного современной экономикой, с другой, – на внедрение инноваций в сам процесс обучения, формирующих основы того, что в условиях господства информационно-коммуникационных технологий, может быть названо «новой педагогикой высшей школы» [9,11,16].

В связи с этим все более актуализируется задача превращения традиционного, классического университета в университет предпринимательский. В то же время в современной российской практике нет единого понимания этого термина, соответственно, разнится и отношение к нему со стороны специалистов в сфере высшего образования.

Среди множества работ, посвященных проблеме позиционирования университетов в современных условиях, нам наиболее близка позиция американских исследователей Голдена Торпа и Бака Голдстайна, авторов книги «Моторы инновации: предпринимательский университет в 21-ом веке» [7].

В первую очередь, они стремятся ответить на вопрос, чем предпринимательский университет **не** является.

Во-первых, это не коммерческая школа, призванная научить студентов тому, как начинать собственный бизнес или осуществлять управление коммерческой деятельностью. Практические указания, онлайновые тренинги и семинары оказывают большую практическую помощь тем, кто собирается заниматься собственным бизнесом, однако для этого нет необходимости в деятельности серьезных исследовательских университетов.

Во-вторых, предпринимательский университет не перенимает у мира бизнес в полной мере присущие ему методы и ценности. В качестве моторов инновации в университетах, представляющих собой уникальные центры образования, чьи традиции формировались веками, могут и должны выступать их собственные традиции и ценности, производные от той культурной позиции, которая является для них естественной.

В-третьих, предпринимательский университет не является «сборочной линией» по созданию новых компаний. Конечно, глубокие практико-ориентированные научные исследования сложнейших проблем

неизбежно приводят к созданию потенциально высокоэффективных предприятий. Но большая часть такого рода работы должна проходить вне академических стен в рамках той структуры и культуры, которые лучше соответствуют повседневным требованиям стартапов [16].

Наконец, предпринимательские университеты не представляют собой агентств по экономическому развитию. Мало кто из представителей университетского сообщества являются специалистами по созданию новых видов промышленности, формированию технологических хабов или модернизации уже существующих. Это не означает, что инновации, разрабатываемые в исследовательских университетах, не ведут к экономическому развитию в форме новых индустрий и изменения представлений о старых, особенно если подобного рода инновации основываются на глубоких, комплексных взаимоотношениях с частным бизнесом, правительственными структурами и организациями гражданского общества. Экономическое развитие является побочным продуктом увлекательной работы предпринимательского университета. Но, по большей части, деятельность по созданию предприятий не входит в его функции.

Каковы же тогда базовые характеристики предпринимательского университета?

Во-первых, такой университет признает **значение социально-гуманитарных наук для инноваций**, которые должны способствовать решению глобальных проблем, стоящих перед человечеством. Понимание человеческой психологии, законов функционирования общества, специфики социальных отношений, взаимосвязи экономики и политики является жизненно необходимым для достижения коммерческого успеха в современных условиях.

Во-вторых, предпринимательский университет концентрирует свое внимание на решении **крупных проблем**. Имея в своем распоряжении большие финансовые и интеллектуальные ресурсы, высокий уровень ожидания от спонсоров и учредителей, поколение студентов, стремящихся изменить мир, предпринимательский университет, естественно, привержен анализу и решению больших, сложных социетальных проблем и стремится вовлечь в поиск их решения общество, в целом [12,13]. Предпринимательский подход в данном случае выражается в том, что эти проблемы рассматриваются в качестве возможностей для развития самого университетского сообщества. Такая сконцентрированность на проблеме имеет целый ряд преимуществ. Она способствует:

- объединению энергии студентов, преподавателей и выпускников вокруг миссии, которая соответствует их ценностям и идеям, представлениям о природе университета;
- формированию мультидисциплинарных команд, которые работают на приращение интеллектуального потенциала всего университета в целом;
- соединению академическое сообщества с внешним по отношению к нему миром, поскольку решение крупных проблем невозможно без взаимодействия с той средой, где они и существуют, и эта связь стимулирует процесс совершенствования функционирования вуза. В частности, она заставляет студентов и преподавателей выйти из своей «зоны комфорта», подталкивая их к установлению новых профессиональных отношений, как внутри, так и за границами университетского сообщества.

Особое значение имеет отбор тем для соответствующего исследования. Будучи предметом горячих дискуссий, этот выбор должен базироваться на принципе максимального использования сравнительных преимуществ конкретного университета.

В-третьих, предпринимательский университет ценит **и инновации и их реализацию на практике**. В связи с сокращением исследовательских лабораторий крупных корпораций и бюджетного ограничения процесса роста правительственных исследовательских институтов именно университеты становятся главным источником различного рода социальных инноваций. Предпринимательский университет должен быть готов к реагированию на этот вызов. Когда исследовательский университет берет на вооружение предпринимательский подход, инновация становится правилом, а не исключением. Однако инновация без воплощения ее в практическую жизнь не имеет смысла. В то же время университетские сообщества чувствуют себя не комфортно в ситуации необходимости каждодневной работы по «пробиванию» своих идей, необходимому для превращения инновации в реальность. Культура предпринимательского университета способствует достижению более высокой результативности инновационной деятельности. В ее рамках приветствуется объективное измерение результатов и стандартов, нацеленное на постоянное улучшение. В частности, осознается тот факт, что даже, на первый взгляд, незначительное изменение в учебных планах может привести к серьезному инновационному эффекту.

В-четвертых, предпринимательский университет признает **приоритет культуры над структурой.** Когда вуз ориентируется на решение важных социетальных проблем, объем и сложность стоящих перед ним в связи с этим задач отодвигают на задний план вопрос о приоритете того или иного структурного подразделения или конкретного сотрудника. Однако, как показывает практика, в обычных вузах и других подобного рода крупных институтах организационные приоритеты и признание индивидуальных заслуг нередко играют большую роль, чем собственно решение

проблемы. Так, например, это выражается в нежелании делиться с другими подразделениями полученной информацией и/ или результатами научной работы. В предпринимательском университете меньше времени тратится на разработку новых программ, институтов и департаментов, и главное внимание уделяется созданию такой внутренней и внешней среды, которая максимально благоприятствовала бы решению проблем, поощряла бы готовность идти на риск и признавала бы право на ошибки и неудачи как составную часть образовательного процесса. Культура, которая фокусируется на крупных проблемах, не терпит бюрократии и временных проволочек. Вместо этого все стороны начинают стремиться к «культуре развития» через компромисс.

В результате именно предпринимательский университет создает наиболее благоприятные условия для обеспечения партнерских отношений между академическим сообществом и бизнесом. Как показывает опыт многих университетов, его результаты могут превзойти любые ожидания в этой сфере. Так, в США целый ряд ведущих университетов был основан именно благодаря такому партнерству. Как правило, совместно созданные учебные программы значительно превосходят по своему качеству и получаемому результату программы, являющиеся продуктом деятельности лишь одной из сторон. В качестве наиболее успешных инициатив подобного рода можно вспомнить совместную антиникотиновую программу Майкла Блумберга и преподавателей Университета Джона Хопкинса, Пьера и Пэм Олмидиар, работающих вместе с Ларри Бэкоу в Университете Тафтса по проблеме микрофинансов и целый ряд других партнерств подобного типа [17]. К ним можно отнести и деятельность Благотворительного Фонда В. Потанина, оказывающего реальную помощь российским университетам.

Способствуя гармонизации отношений между вузами и бизнесом, улучшению имиджа обеих сторон, повышению их инвестиционной привлекательности, а, соответственно, и конкурентоспособности в рыночной среде, именно предпринимательские университеты обладают реальными возможностями решения таких проблем, как:

1) несоответствие потребностей бизнеса миссии и стратегии университетов;

2) несовпадение временных рамок и университетских мощностей: университет уже распределил собственные ресурсы и не имеет возможности быстрого их перераспределения в соответствии с требованиями бизнеса;

3) несоответствие возможностей: университет не располагает необходимыми специалистами и/или материальной базой для выполнения соответствующего заказа со стороны бизнес структур;

4) бюрократизация: в тех случаях, когда университету необходимо получить дополнительное финансирование, его заявки могут рассматриваться достаточно долго, что опять же вступает в противоречие со сроками, устанавливаемыми бизнес партнерами;

5) финансовые ограничения: университет не в состоянии выполнить заказ за ту цену, которую предлагает бизнес;

6) устойчивость: инвестиции, требуемые университетом для обеспечения предоставления определенной услуги, не соответствуют периоду окупаемости, который устраивал бы бизнес;

7) несовпадение ожиданий и целей (различие ожидаемых результатов) соглашения по вопросу будущего интеллектуальной собственности.

Таким образом, становление и развитие предпринимательских университетов дает, на наш взгляд, реальную возможность сформировать оптимальную модель партнерских отношений с бизнесом, что является не просто одним из конкурентных преимуществ вуза, но и необходимым фактором его выживания в условиях нарастания угроз и вызовов со стороны глобализирующейся внешней среды.

Литература:

1. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1983.
2. Большаков С. Н., Косицын В. Б. Качество образования в контексте стратегии «обучение в течении всей жизни» // Человек и образование. 2009. №3 (20). С. 180–187.
3. Clark B. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education. Oxford: Pergamon/Elsevier Science, 1998.
4. Etzkowitz H. The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation In Action. London: Routledge, 2008.
5. Gibbons M. et al., The New Production of Knowledge. The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies. London: SAGE Publications, 1994.
6. National Innovation Systems. A Comparative Analysis / Ed. by Nelson R. Oxford: Oxford University Press, 1993.
7. Thorp H., Goldstein B. Engines of Innovation: The Entrepreneurial University in the Twenty-First Century. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2010.
8. Kemper K., Juerma A. L. The global politics of education: Brazil and the World Bank // Higher Education. 2002. №43. Pp. 331–354.
9. Marginson S., Rhoades G. Beyond national states, markets, and systems of higher education: A Glonacal Agency Heuristic // Higher Education. 2002. №43. Pp. 281–309.

10. Meyer J. W., Boli J., Thomas G. M., Ramirez F. World society and the nation-state // American Journal of Sociology. 1997. №103.
11. Meyer J. W. Globalization: Sources and effects on national states and societies // International Sociology. 2000. №15. Pp. 233–239.
12. Meyer J. W., Rowan B. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony // The American Journal of Sociology. 1977. №83. Pp. 340–363.
13. Mok K. Globalization and education restructuring: University merging and changing governance in China // Higher Education. 2005. №50. Pp. 57–88.
14. Mundy K., Murphy L. Transnational advocacy, global civil society? Emerging evidence from the field of education // Comparative Education Review. 2001. №45. Pp. 85–126.
15. Scott W. R. Institutions and organizations. Thousand Oaks, CA: Sage Press, 1995.
16. Torres C. A. The state, privatization and educational policy: a critique of neo-liberalism in Latin America and some ethical and political implications // Comparative Education. 2002. №38. Pp. 365–385.
17. Vaira M. Globalization of Higher Education Organizational Change: A Framework for Analysis // Higher Education. 2004. №48. Pp. 484–510.

References:

1. Schumpeter J. A. Theory of economic development. M.: Progress, 1983.
2. Bolshakov S. N., Kositsyn V. B. Quality of education in the context of the strategy «learning throughout life» // Tchelovek I obrazovaniye. 2009. №3 (20). Pp. 180–187.
3. Clark B. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education. Oxford: Pergamon/Elsevier Science, 1998.
4. Etzkowitz H. The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation In Action. London: Routledge, 2008.
5. Gibbons M. et al., The New Production of Knowledge. The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies. London: SAGE Publications, 1994.
6. National Innovation Systems. A Comparative Analysis / Ed. by Nelson R. Oxford: Oxford University Press, 1993.
7. Thorp H., Goldstein B. Engines of Innovation: The Entrepreneurial University in the Twenty-First Century. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2010.
8. Kemper K., Juerma A. L. The global politics of education: Brazil and the World Bank // Higher Education. 2002. №43. Pp. 331–354.
9. Marginson S., Rhoades G. Beyond national states, markets, and systems of higher education: A Glonacal Agency Heuristic // Higher Education. 2002. №43. Pp. 281–309.
10. Meyer J. W., Boli J., Thomas G. M., Ramirez F. World society and the nation-state // American Journal of Sociology. 1997. №103.
11. Meyer J. W. Globalization: Sources and effects on national states and societies // International Sociology. 2000. №15. Pp. 233–239.
12. Meyer J. W., Rowan B. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony // The American Journal of Sociology. 1977. №83. Pp. 340–363.
13. Mok K. Globalization and education restructuring: University merging and changing governance in China // Higher Education. 2005. №50. Pp. 57–88.
14. Mundy K., Murphy L. Transnational advocacy, global civil society? Emerging evidence from the field of education // Comparative Education Review. 2001. №45. Pp. 85–126.
15. Scott W. R. Institutions and organizations. Thousand Oaks, CA: Sage Press, 1995.
16. Torres C. A. The state, privatization and educational policy: a critique of neo-liberalism in Latin America and some ethical and political implications // Comparative Education. 2002. №38. Pp. 365–385.
17. Vaira M. Globalization of Higher Education Organizational Change: A Framework for Analysis // Higher Education. 2004. №48. Pp. 484–510.