## ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП профессиональное ОБРАЗОВАНИе ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП ХГАЭП

## *УДК 378*

## *А.Г. Бодункова,*

## *старший преподаватель кафедры менеджмента*

## *Владивостокского государственного университета экономики и сервиса*

## *И.П. Чёрная,*

## *д-р экон. наук, профессор*

## *Владивостокского государственного университета экономики и сервиса*

## О вызовах глобализации и развитии

## предпринимательских университетов

*The problems of forming entrepreneurial universities are under consideration. Globalization is a main reason for establishing such universities. The ways of higher education modernization in Russia are shown.*

***Keywords:*** *globalization, modernization, professional education, state educational institutions, entrepreneurial universities, knowledge economy, capitalist enterprises.*

Вызовы глобализации, дающие стимулы для осуществления модернизации профессионального образования во многих странах, оказали решающее воздействие на изменение положения образовательных учреждений на мировом рынке. П. Скотт отмечает, что все университеты вовлечены в процесс глобализации – частично как объекты и даже жертвы этих процессов, а отчасти как субъекты и главные посредники глобализации. При этом их позиция определяется национальными системами, «которые замыкаются на свои национальные контексты», а большинство из университетов по-прежнему входит в состав государственных учебных заведений. И всё же «глобализация неминуемо связана с возникновением сообщества знаний, которое ведёт торговлю символическими товарами, мировыми брендами, образами, выступающими в качестве потребительского товара, и научными «ноу-хау» [16]. В этих условиях особое развитие получают предпринимательские университеты, принимающие на себя функции драйверов инновационной экономики.

Основные вызовы эпохи глобализации, отразившиеся на развитии высшей школы, обусловлены формированием новой экономики, получившей символические названия «сетевая», «информационная», «экономика знаний». Начавшаяся сначала в развитых странах модернизация всех уровней системы профессионального образования проходит в рамках организационно-управленческой перестройки, адекватной так называемому «академическому капитализму», определяемому стремлением вузов не столько транслировать, сколько производить новое знание и в условиях уменьшения государственного финансирования облекать его в коммерческие формы. Поэтому С. Слоутер и Л. Лесли утверждали, что академический капитализм – это рыночная или рыночно подобная деятельность научно-образовательной организации, а также её сотрудников по привлечению внешних денежных средств [17]. Развивая этот подход, Дж. Уолкер показала, что протекающая в современных университетах экзогенная и эндогенная корпоратизация способствует тому, что образовательные учреждения всё больше становятся похожи на капиталистические предприятия [19].

Академический капитализм усилил конкуренцию между вузами по двум основным направлениям – традиционному как привлечению большего числа студентов, способных предложить более высокую плату за обучение, и инновационному, связанному с осуществлением рыночно ориентированных исследований в форме исследовательских грантов и контрактов, сервисных контрактов, развития государственно-частных партнёрств, трансфера технологий. Основным полем конкуренции в условиях глобализации является не национальный, а мировой рынок, позволяющий реализовать вузам экономию от масштаба – эффект снижения средних затрат в длительном периоде, происходящий по мере увеличения выпуска продукции, к которому стремятся все коммерческие предприятия. Однако Л.Э. Стил подчёркивает: «Сама концепция глобализации оказала разностороннее воздействие на небольшие периферийные университеты, затронув при этом и самые традиционные из них» [18].

Развитие новых тенденций массового образования предполагает, что образовательная и научная деятельность университетов должна быть переведена на новые организационные рельсы эффективного взаимодействия как с внешними по отношению к ним партнёрами, так и между собственными внутренними подразделениями. Безусловно, переход от индустриальной к постиндустриальной стадии развития не привел к абсолютной и радикальной смене всех принципов деятельности традиционных вузов. Однако новые условия превратили университеты из аристократических клубов или государственных учреждений в компании, работающие в открытом рынке, которые непрерывно совершенствуют и диверсифицируют свою организационную структуру в поисках эффективных управленческих решений. Первенство в разработке идей предпринимательского университета принадлежит Генри Ицковичу и Бертону Кларку. Г. Ицкович впервые представил концепцию предпринимательского университета в 1983 году. Он аргументировал гипотезу Т. Веблена о том, что в начале ХХ в. университеты США будут коммерциализироваться быстрыми темпами. По Г. Ицковичу, университеты рассматривают возможность появления новых источников финансирования за счёт получения патентов на те открытия, которые были сделаны в рамках заключённых университетом договорённостей на продажу знаний, полученных в результате исследований, проводимых согласно контрактам с коммерческими фирмами, а также за счёт своего партнёрства с частным бизнесом [7]. В концепции предпринимательского университета Б. Кларка (1998) особое внимание было обращено на то, что такое образовательное учреждение отсылает к идее «предприятия» – осознанного усилия по созданию института, которое требует немалой целенаправленной работы и напряжения, в том числе из-за принятия рисков при освоении новых практик, результат которых неясен, и стремления к инновациям. Особое внимание Б. Кларк уделил процессу перехода традиционного университета в предпринимательский, для которого считал необходимым появление пяти императивов: усиленное направляющее ядро, расширенная периферия развития, диверсификация источников финансирования, стимулируемый академический оплот, интегрированная предпринимательская культура [1]. В 2000 г. Г. Ицкович и его партнёры сделали вывод о том, что предпринимательский университет представляет собой глобальное явление, и предложили в качестве «предпринимательской парадигмы» «модель тройной спирали отношений «академическая среда – промышленность – государство» [8]. Авторы доказывают, что предпринимательские университеты не просто передают знания, они играют важную роль в социально-экономическом развитии региона, создавая своеобразные центры, в рамках которых стейкхолдеры имеют возможность объединить усилия для совместного решения проблем региона. Именно они способны оживить и упрочить связи между учебными заведениями, бизнесом и государством на основе взаимодействия, выводящего эти отношения на новый уровень [14]. Исследователи, специализирующиеся на проблемах развития современных предпринимательских университетов, как и идеологи этой концепции, считают основой деятельности таких образовательных учреждений-«предприятий» академическое предпринимательство, связанное с коммерциализацией результатов исследований, включая старт-апы, патенты, лицензирование и т.п.

Согласно положениям Глобальной образовательной инициативы Всемирного экономического форума – 2009 (the World Economic Forum’s Global Education Initiative), предпринимательским университетам отводится важнейшая роль интеллектуальных «хабов» или узловых портов предпринимательских экосистем. Университеты служат инновационными и исследовательскими инкубаторами, а также являются центром, где осуществляется взаимодействие исследователей, преподавателей, студентов и предпринимателей.

Представители вузов, коммерческих и некоммерческих организаций, используя свой социальный капитал, выступают в качестве катализаторов создания предпринимательской экосистемы, внутри которой, благодаря партнёрству с внешними и внутренними стейкхолдерами, реализуется потребность в создании возможностей для успешной предпринимательской деятельности.

Как подчёркивает Г. Джонс, цели академического предпринимательства не должны сводиться к получению прибыли и развитию финансовых механизмов. Академическое предпринимательство – это «созидательное разрушение» применительно к предпринимательской деятельности в университетской среде, основанное на управленческих решениях и предполагающее баланс централизации и децентрализации, стандартизации и гибких программ, механических и органических организационных структур [9].

Именно в академическом предпринимательстве многие исследователи видят движущую силу трансформации традиционных университетов. Так, Г. Браун подчёркивает, что потенциальные академические предприниматели в вузах – это носители знания и генераторы идей и инноваций: преподаватели, учёные, разработчики. Однако при передаче информации (особенно устного знания) возникают межличностные проблемы, которые имеют не только национальную, но и региональную окраску [4]. Такой подход требует оценки всех факторов внешней и внутренней среды предпринимательского вуза.

Предпринимательский университет – современный феномен, представляющий реализацию научным сообществом нового способа производства на основе непрерывного поступления организационных и технологических инноваций. В академическом предпринимательстве особое значение приобретает интеллектуальное предпринимательство, сфокусированное на научении и знаниях (именно как ресурсе стоимости в результате новых комбинаций информации) и сконцентрированное на преподавании, формировании и совместном использовании знаний, на осмыслении надвигающегося будущего, а не «копание» в прошлом.

Термин «интеллектуальное предпринимательство» (*intellectual entrepreneurship*) был предложен Р.А. Червитцем. В статье (2002) он выделил четыре ценностных ориентира как основы интеллектуального предпринимательства: видение и открытие (*vision and discovery*), собственность и ответственность (*ownership and accountability*), интегральное мышление и действие (*integrative thinking and action*), сотрудничество и взаимодействие (*collaboration and teamwork*) [5]. Далее (2005) Р.А. Червитц показал, что «создание материального богатства представляет собой лишь одно из проявлений предпринимательства. Интеллект не может быть ограничен академической научной школой, а предпринимательство – это не бизнес, это установка на овладение миром, это процесс культурной инновации» [6]. Такой подход имеет принципиальное значение для анализа современного предпринимательского университета, ибо позволяет акцентировать внимание исследователей на двух положениях:

– дифференциации и трансформации инновационной функции образовательных учреждений;

– управлении предпринимательской культуры как фактором развития вуза.

К 1990 гг. в мире сложилось три типа ведущих университетов: 1) «образовательные гипермаркеты», ориентированные на достижение экономической эффективности массового образования специалистов для глобального рынка; 2) исследовательские университеты «Business to Business», целью которых является интеграция образования, науки и производства, имеющая результатами инновационно-технологические разработки и его трансфер в практику, а основным показателем деятельности считается экономическая эффективность НИР; 3) элитные вузы с мировым именем и богатыми традициями, позиционирующие себя как мировые центры превосходства, претендующие на подготовку глобальных лидеров. Все вузы мирового уровня занимают определённые места в престижных международных рейтингах, при этом наибольшее количество университетов представлено в топ-700, ежегодно составляемом компанией Quacquarelli Symonds (QS World University Rankings). По данным ЮНЕСКО, на сегодняшний день в мире существует около 20 000 университетов, таким образом, около двух третей вузов представляют муниципальные и региональные образовательные учреждения, действующие на локальных рынках и не имеющие показателей мирового уровня.

Для российских вузов остаётся справедливой оценка В.Н. Княгинина, доказавшего в 2006 г. их положение вне мейнстрима глобального рынка образовательных услуг: если университеты РФ в определённой степени решают проблемы массового профессионального образования и развития НИОКР, то подготовка глобальных лидеров для них является даже не осознанной проблемой [2]. Развивающаяся в стране модернизация системы ВПО, как свидетельствуют международные рейтинги вузов, проблем существенного повышения международной конкурентоспособности федеральных и научно-исследовательских университетов пока не решила. В международном рейтинге университетов 2012/13 QS World University Rankings представлено только 14 университетов из РФ [15]. С учётом планируемой реорганизации российских университетов следует признать тот факт, что достижение мировых результатов необходимо оставить за ведущими университетами, функции же региональных вузов, выбравших предпринимательскую стратегию развития «образовательных гипермаркетов» и ориентированных на достижение экономической эффективности массового образования, должны быть значительно пересмотрены на основе анализа потребностей и возможностей глокальных рынков образовательных услуг. Для вузов Дальневосточного федерального округа РФ таким рынком является АТР. Наш анализ показывает, что принципиальным отличием инновационного развития региональных предпринимательских вузов от федеральных и научно-исследовательских университетов должна быть ставка не на рост стоимости научных исследований и разработки (*R&D – research and development*), а использование уже созданного (*C&D – connect and develop*). Эта стратегия, применяемая американской компанией «Procter & Gamble» с 2004 г., оправдала себя в предпринимательском секторе экономики [12] и вполне может быть использована в практико-ориентированном профессиональном образовании, рассчитанном на массового клиента и позволяющем привлекать к сетевому взаимодействию всех отечественных и иностранных стейкхолдеров предпринимательского вуза.

Конечно, стратегия C&D регионального предпринимательского вуза должна быть встроена в систему формирования региональной (а вместе с ней и национальной) инновационной системы. В плане инновационных возможностей РA заслуживают внимания данные аналитического доклада «Глобальный индекс инноваций 2012», подготовленного Международной бизнес-школой INSEAD и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (World Intellectual Property Organization, WIPO, охватившего 141 страну. США продолжают оставаться в числе инновационных лидеров, однако демонстрируют относительное ослабление показателей в таких областях, как образование, подготовка кадров и развитие инноваций. В результате рейтинг США в 2012 г. был понижен с 7-го до 10-го места, тогда как в 2009 г. эта страна была на первом месте. Китай и Индия за год снизили свои позиции соответственно с 29-го на 31-е место и с 62-го на 64-е, но некоторые показатели инновационного развития оказались очень успешными. Так, Китай по показателям в таких областях, как ключевые знания и развитие технологий, занимает 5-е место в мире. По глобальному индексу инновационной эффективности, показывающему, какие страны лучше других воплощают инновационные идеи в практические результаты, первые два места среди десяти лидеров глобальной инновационной эффективности занимают КНР и Индия. Россия в 2012 г. находится на 51-м месте. Сильные стороны РФ связаны с качеством человеческого капитала, развитием бизнеса, развитием знаний, слабые – с несовершенством институтов, низкими показателями развития внутреннего рынка и результатами творческой деятельности [9].

Необходимость разработки новой стратегии продвижения региональных вузов на рынке подкрепляется и прогнозами аналитиков HSBC (Hongkong and Shanghae Banking Company – Банковской компании Гонконга и Шанхая) К. Уорда и Фр. Ноймана, которые, используя прогнозы о новых экономических лидерах, описывают потребительскую революцию 2050 года. Абсолютным лидером потребления станет Китай, который сместит США с первого места на второе. Третьей экономикой мира станет Индия. России достанется пятнадцатое место. К 2030 г. доля среднего класса значительно вырастет и превысит 70 % населения, потребляющего до двух третей всех товаров и услуг (сейчас треть). При этом развитые страны обеспечат менее 2 % ежегодного роста потребительского рынка в ближайшие четыре десятилетия, а такие государства, как Россия, Китай, Индия, Филиппины, Перу и Малайзия, смогут демонстрировать ежегодное увеличение реальных доходов населения на уровне не менее 4 %. Это позволит обеспечить темпы роста расходов на образование в диапазоне 3 – 8 % в год. Наибольшие расходы в этом секторе экономики прогнозируются для Филиппин (7,7 %), Китая и Индии (по 5,9 %) и Индонезии (5,4 %). (HSBC относят к среднему классу тех, кто зарабатывает 3 000 – 15 000 в год (в постоянных долларах США 2000 г.) [20].

Прогнозы изменения потребительской корзины, доходов и численности населения стран АТР, относящихся к числу «развивающихся рынков», позволяют ставить вопрос о характере инновационной стратегии продвижения региональных предпринимательских университетов на рынки образовательных услуг макрорегиона. Исследования В. Говиндараджана убедительно показывают необходимость завершения так называемого «реверсивно-инновационного» процесса производства в условиях современного этапа глобализации. Реверсивная (обратная) инновация обозначает феномен, когда изобретения, сделанные и реализованные в развивающемся мире, затем выводятся на рынки развитых стран. Обратными рассматриваемые инновации являются по отношению к традиционным принципам, по которым десятилетиями расширяли свои рынки производители из богатых стран, используя стратегию глокализации – адаптации глобальных товаров под местные рынки. Реверсивно-инновационный процесс привёл к тому, что транснациональный бизнес больше не стремится создавать глобальные товары, переделывая их под нужды внутренних рынков, а создаёт продукты, которые пользуются максимальным спросом в каждом конкретном регионе, по принципу «в стране, для страны» *(«in country, for country»*). Завершение этого процесса означает переход к производству по принципу «в стране, для мира» *(«in country, for the world»*) на основе использования инноваций, первоначально созданных в развивающихся странах и адаптированных для нужд глобального мира [10]. Описанный В. Говиндараджаном процесс подкрепляется множеством примеров товарного производства, существуют исследования в сфере финансовых услуг [11; 3]. Обратные инновации в системе образования нуждаются в специальном изучении, однако вполне очевидно, что и для них уже созданы определённые условия.

Рассмотренные особенности дифференциации и трансформации инновационной функции образовательных учреждений требуют формирования особого качества академического и интеллектуального предпринимательства университета. Очевидно, что ведущим фактором его развития является человеческий капитал: предпринимательский университет активно создаёт нововведения и использует инновации в своей деятельности только тогда, когда руководители и весь коллектив, осознав их необходимость, проявляют инициативу и вместе работают над реализацией инновационных идей, сохраняя при этом академические ценности и сочетая их с формированием инновационной организационной культуры вуза. Именно благоприятная организационная культура признаётся одним из базовых условий развития предпринимательских вузов. Однако формирование предпринимательской культуры университетов как особого вида организационной культуры пока остаётся малоизученной проблемой.

Литература

1. Кларк, Б. Создание предпринимательских университетов : организационные направления трансформации / Б. Кларк. – М. : ГУ – ВШЭ, 2011. С. 19.

2. Княгинин, В. Н. Международный опыт создания крупных университетских центров / В. Н. Княгинин // csr-nw.ru/upload/file\_category\_1052.ppt (дата обращения: 27.11.2012).

3. Рожков, Ю. В. Геофинансовые инновации эпохи постглобализации / Ю. В. Рожков, И. П. Чёрная // Вестник ХГАЭП. 2012. № 4 – 5. С. 17 – 27.

4. Braun G. From Container Knowledge to Entrepreneurial Learning: The Role of Universities. URL: http://deepthought.ttu.ee/majandus/tekstid/TUTWPE\_06\_150.pdf (дата обращения: 24.11.2012).

5. Cherwitz, R.A., Sullivan, Ch.A., 2002. Intellectual Entrepreneurship. A vision for graduate education // Change, November/December. URL: https://webspace.utexas.edu/cherwitz/www/ie/articles.html (дата обращения: 25.12.2012).

6. Cherwitz, R.A., 2005. Creating a Culture of Intellectual Entrepreneurship. URL: https://webspace.utexas.edu/cherwitz/www/ie/academe.html (дата обращения: 25.12.2012).

7. Etzkowitz H. Entrepreneurial scientists and entrepreneurial universities in American academic science. Minerva. 1983. Volume 21. Numbers 2–3. Pp. 198–233.

8. Etzkowitz H., Webster A., Gebhardt C., Cantisano, Terra B.R. The future of university and the university of future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm // Research Policy. 2000. Volume 29. Рр. 313–330.

9. Global Innovation Index 2012. URL: http://www.global innovationindex.org/gii/GII% 202012%20Report.pdf (дата обращения: 22.02.2013).

10. Govindarajan V. The Case for 'Reverse Innovation' Now // Bloomberg businessweek. 2009. October 26. URL: http://www.businessweek.com/stories/2009-10-26/the-case-for-reverse-innovation-nowbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice (дата обращения: 24.01.2013).

11. Guerrero L., Rowe W.Gl. Cases in Leadership. SAGE Publications, 2010. Р. 339.

12. Huston L., Sakkab N. Connect and Develop: Inside Procter & Gamble's New Model for Innovation// Harvard Business Review, Vol. 84, No. 3, March 2006. URL: http://www.proinno-europe.eu/sites/default/files/1\_1\_von\_Heimburg\_a7986.pdf (дата обращения: 14.01.2013).

13. Jones G.R. Organizational Theory, Design, and Change. Prentice Hall, 2009. Рp.67, 177, 224.

14. Leading the Entrepreneurial University. Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions. October 2009. URL: http://www.ncee.org.uk/publication/leading\_the\_entrepreneurial\_university.pdf (дата обращения: 17.02.2013).

15. QS World University Rankings 2012/13. URL: http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2012 (дата обращения: 19.03.2013).

16. Scott P. Massification, internationalization, and globalization // The globalization of higher education. Ed. by Scott Buckingham, UK: SRHE & Open University Press. 1998. Pp. 108–129.

17. Slaughter S., Leslie L.L. Academic Capitalism. Politics, Policies and the Entrepreneurial University. Baltimore; London: The John Hopkins University Press, 1997. Р. 11.

18. Steele L.E. Entrepreneurialism driven from minor enclaves at The University of the West Indies, St Augustine Campus. 2008. URL: http://opus.bath.ac.uk/22257/1/UnivBath\_DBA\_2008\_L\_Steele.pdf (дата обращения: 12.01.2013).

19. Walker J. Time as the fourth dimension in the globalization of higher education // Journal of Higher Education, 80 (5). P. 483–509.

20. Ward K., Neumann Fr. HSBC\_report. Consumer in 2050. The rise of the EM middle class. URL: https://www.hsbc.com.vn/1/PA\_ES\_Content\_Mgmt/content/vietnam/abouthsbc/news room/attached\_files/HSBC\_ report\_Consumer\_in\_2050\_EN.pdf (дата обращения: 21.03.2013).