

РАЗДЕЛ I
ФИЛОСОФИЯ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА И ОБРАЗОВАНИЯ

**Part I. PHILOSOPHY OF THE DEVELOPMENT
OF SOCIETY AND EDUCATION**

DOI: 10.15372/PHE20190401

УДК 378(47+57)+334

**«ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» КАК МОДЕЛЬ
ТРАНСФОРМАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ**
Е. В. Кудряшова, С. Э. Сорокин (Архангельск, Россия)

Введение. Рассматривается модель «предпринимательского университета» как направление трансформации образовательных организаций высшего образования в Российской Федерации на современном этапе.

Методология и методика исследования. Анализируются теоретические подходы к пониманию сущности, основных характеристик «предпринимательских университетов», предлагаемые зарубежными и отечественными учеными. Фокус исследования направлен на проблемы адаптации зарубежного опыта к условиям российской системы образования.

Рассмотрение проблемы ведется через призму теории «третьей миссии» университетов, связанной с активной ролью университетов в жизни общества.

Результаты исследования. Дается обзор основных теоретических подходов к сущности предпринимательских университетов, особенностей их функционирования. Рассматриваются зарубежный и российский опыт создания университетов предпринимательского типа, полученные эффекты и достигнутые результаты.

Заключение. Делаются выводы о факторах, определяющих выбор университетом модели «предпринимательского университета» как ориентира трансформации. К ним авторы относят наличие инновационного и эконо-

© Кудряшова Е. В., Сорокин С. Э., 2019

Кудряшова Елена Владимировна – доктор философских наук, профессор, ректор, Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова.

E-mail: e.kudryashova@narfu.ru

ORCID 0000-0002-0684-3856

Сорокин Сергей Эдуардович – кандидат политических наук, доцент, проректор по социальным вопросам и воспитательной работе, Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова.

E-mail: s.sorokin@narfu.ru

ORCID 0000-0003-4604-0676

Elena V. Kudryashova – Doctor of Philosophical Science, Professor, Rector of the Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov.

Sergey E. Sorokin – Candidate of Political Sciences, Docent, Vice-rector for social Affairs and educational work of the Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov.

мического потенциала в регионе его местонахождения, заинтересованность органов власти, бизнеса и производства во взаимодействии с университетом, готовность коллектива и руководства университета к новым подходам к деятельности, исходя из принципов предпринимательского университета. Выделяются проблемы, стоящие на пути развития «предпринимательских университетов» в нашей стране: отсутствие опыта подобной деятельности у коллективов и руководства университетов, взаимная неготовность к сотрудничеству со стороны университетов и сферы бизнеса, рамки существующей системы управления и финансирования университетов. Предлагаются пути преодоления этих ограничений.

Ключевые слова: университет, предпринимательский университет, третья миссия, образование, «тройная спираль».

Для цитирования: Кудряшова Е. В., Сорокин С. Э. «Предпринимательский университет» как модель трансформации образовательных организаций: теоретические подходы и российский опыт // Философия образования. – 2019. – Т. 19, № 4. – С. 5–19.

«ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY» AS A MODEL OF TRANSFORMATION OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS: THEORETICAL APPROACHES AND RUSSIAN EXPERIENCE

E. V. Kudryashova, S. E. Sorokin (Arkhangelsk, Russian)

Introduction. The model of «entrepreneurial University» as a direction of transformation of educational institutions of higher education in the Russian Federation at the present stage is considered.

Methodology and methods of the research. Theoretical approaches to understanding the essence and main characteristics of «entrepreneurial universities» offered by foreign and Russian scientists are analyzed. The focus of the study is on the problems of adaptation of foreign experience to the conditions of the Russian education system.

The problem is considered through the prism of the theory of the «third mission» of universities related to the active role of universities in society.

The results of the research. An overview of the main theoretical approaches to the essence of entrepreneurial universities, the features of their functioning is given. The foreign and Russian experience of creation of universities of entrepreneurial type, the received effects and the achieved results are considered.

Conclusion. Conclusions are drawn about the factors that determine the choice of the University model of «entrepreneurial University» as a reference point of transformation. These include the presence of innovative and economic potential in the region of its location, the interest of authorities, business and production in cooperation with the University, the willingness of the staff and management of the University to new approaches to activities, based on the principles of the entrepreneurial University. The challenges to the development of «entrepreneurial universities» in our country are highlighted: the lack of experience of such activities in groups and administration of universities, the mutual unwillingness to cooperation of universities and business framework of the existing system of management and financing of universities. Ways to overcome these limitations are suggested.

Keywords: university, entrepreneurial university, third mission, education, «triple helix».

For citation: Kudryashova E. V., Sorokin S. E. «Entrepreneurial university» as a model of transformation of educational institutions: theoretical approaches and Russian experience. *Philosophy of Education*, 2019, vol. 19, no. 4, pp. 5–19.

Введение. В конце 1960-х – начале 1970-х гг. в мировой научно-образовательной среде произошло понимание необходимости переосмысления роли университетов в современном обществе, поиска новых нравственных и ценностных ориентиров. Безусловно, это было вызвано глобальными изменениями, которые коснулись самого общества, его институтов и отношений. Пути этой трансформации и поиск новых институциональных форм и организации университетов стали предметом серьезного научного анализа, что привело к разработке ряда моделей современного университета, которые должны обеспечить его развитие.

Одной из самых известных моделей трансформации современных университетов является «предпринимательский университет», которая среди похожих моделей, таких как «университет-предприятие», «университет переноса технологий», «рыночный университет», «академический капитализм», является наиболее распространенной.

Впервые термин «предпринимательский университет» («*The Entrepreneurial University*») был введен американским ученым Б. Кларком [1], который в работе «Создание предпринимательского университета: организационные пути трансформации» провел эмпирическое исследование трансформации пяти европейских университетов в течение десяти лет. По итогам исследования он выделил основные направления трансформации в сторону создания модели «предпринимательского университета». При этом он отмечает, что в ходе исследования употреблял как термин «предпринимательский», так и термин «инновационный» университет, считая их практически синонимами, однако в результате остановился на первом как наиболее точно отражающем суть преобразований.

Инициатором перехода к предпринимательской модели должно стать университетское сообщество, а не внешние институты. В этом случае есть гарантия того, что изменения будут отражать университетские ценности и не будут саботироваться. Предпосылками для того, чтобы выбрать для себя предпринимательский путь развития, по Кларку, является дисбаланс между университетом и средой, в которой он находится. От университетов требуют осмысления процессов, происходящих в обществе, бизнесе, политике, а традиционные механизмы этого не обеспечивают.

Методология и методика исследования. Анализ проблематики функционирования университетов предпринимательского типа встречается в работах большого количества зарубежных ученых конца XX – начала XXI в. Среди них необходимо выделить Б. Кларка («*Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*»)

[1], А. Гибба («The University of the Future: an Entrepreneurial Stakeholder Learning Organisation» [2], Г. Ицковица и Л. Лейдесдорфа («The Triple Helix as a Model for Innovation Studies») [3], Д. Бронштейна («Entrepreneurial university archetypes: A meta-synthesis of case study literature») [4] и др. В рамках настоящей статьи мы рассмотрим различные подходы к пониманию сущности, принципов функционирования, отличительных особенностей университетов предпринимательского типа с позиций различных авторов. Также фокус нашего внимания будет направлен на анализ процесса становления предпринимательских университетов в Российской Федерации, его специфики, возникающих проблемах и путях их решения. В отечественной научной литературе первые работы, связанные с осмыслением вопросов деятельности университетов предпринимательского типа, стали появляться в начале 2000-х гг. Среди авторов по этому направлению можно выделить М. В. Бунчука («Последствия коммерциализации науки») [5], И. В. Головкин, О. В. Зиневич, Е. А. Рузанкину («Третья миссия университета и модель многопользовательского управления для регионального развития») [6], А. О. Грудзинского («Университет как предпринимательская организация») [7], И. А. Павлову¹, Г. Н. Константинова и С. Р. Филоновича («Что такое предпринимательский университет») [8] и др.

Определение понятия «предпринимательский университет» связано с большим разбросом мнений. Ряд исследователей под этим термином понимает «высшее учебное заведение, способное привлечь дополнительные финансовые ресурсы для обеспечения своей деятельности», «университет, использующий инновационные методы обучения», «вуз, тесно взаимодействующий с промышленностью» [8, с. 52].

По мнению Г. Н. Константинова и С. Р. Филоновича, «предпринимательский университет – это высшее учебное заведение, которое систематически прилагает усилия по преодолению ограничений в трех сферах – генерации знаний, преподавании и преобразовании знаний в практику – путем инициирования новых видов деятельности, трансформации внутренней среды и модификации взаимодействия с внешней средой» [8, с. 55].

Термин «предпринимательский» в характеристике социальных систем внутри университета соотносится с понятием предприятия, то есть «осознанного усилия по созданию института, которое требует немалой целенаправленной работы и напряжения» [1, с. 98] и подразумевает то, что университет принимает на себя риски, связанные с внедрением новых практик с непредсказуемым результатом.

¹ Павлова И. А. Университет в региональной инновационной системе: роли, функции, взаимодействия (на примере Томской области): дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2016. – 195 с. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30436501> (дата обращения: 14.08.2019).

Рассмотрение проблемы функционирования «предпринимательского университета» будет происходить через призму понятия «третьей миссии» университетов, связанной с активной ролью университетов в жизни общества. Концепция «третьей миссии» позволяет оценивать предпринимательскую активность университетов с точки зрения их вклада в социально-экономическое развитие региона их местонахождения, участия в решении задач регионального развития.

Результаты исследования. Б. Кларк выделил пять ключевых направлений трансформации университетов в результате предпринимательской деятельности [1].

1. Усиленное направляющее ядро (*a strengthened steering core*), которое должно перестроить процесс управления университетом и взять на себя лидирующую роль в организации усилий коллектива, при этом получив необходимые для этого полномочия и поддержку изнутри.

2. Расширенная периферия развития (*an enhanced development periphery*), которую должны обеспечить новые структурные единицы, способные быстрее других выйти за пределы традиционных границ и установить партнерские отношения с внешними партнерами. Это могут быть как специально созданные для этого подразделения, такие как службы по связям с общественностью, взаимодействию с предприятиями, поиском финансирования и связям с выпускниками, так и существующие структуры, способные оперативно перестроить свою деятельность.

3. Диверсифицированная база финансирования (*a discretionary funding base*), в которую помимо традиционных источников в виде государственной поддержки должны войти средства, поступающие от предприятий и коммерческих организаций, благотворительных фондов, ассоциаций выпускников, грантовой деятельности, продажи лицензий и интеллектуальной собственности, что, безусловно, кроме наполнения бюджета, способствует достижению независимости и автономности университета.

4. Стимулируемые академические структуры (*Stimulated academic heartland*), которые должны принять изменения и стать их проводниками. Базовые университетские единицы станут базой деятельности, именно в них будет проводиться основная научная и преподавательская работа, поэтому обязательным условием является их включение в процесс трансформации. Без их поддержки преобразования, скорее всего, будут обречены на провал. Управленческому звену необходимо найти пути интеграции ценностей академического сообщества с новыми задачами и методами работы.

5. Интегрированная предпринимательская культура (*an integrated entrepreneurial culture*), в основе которой должна лежать идея изменений, подкрепленная конкретными практиками, что в результате должно привести к формированию новой университетской культуры.

По мнению Кларка, современные европейские университеты стремятся минимизировать государственное регулирование, формировать собственные стандарты функционирования, организационной культуры и поведения, применять рыночные технологии в работе,

Развитие идеи предпринимательского университета мы видим в трудах профессора Стэнфордского университета Г. Ицковица и профессора Амстердамского университета Л. Лейдесдорфа [3], которые в работе «Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновации в действии» выдвинули концепцию «Тройной спирали». В нее входят государство, университет и бизнес, причем ключевую роль играют именно университеты, обладающие потенциалом по производству новых знаний и научных исследований [3]. В рамках взаимодействия внутри «тройной спирали» даже незначительные перемены в одной из ее частей мгновенно сказываются на двух других, а границы между ними часто размыты. Авторы пишут о том, что у университетов появляется новая, предпринимательская функция вследствие «второй академической революции» [3]. Под этим явлением они подразумевают коммерциализацию научного знания, превращение информации в интеллектуальную собственность, а научной политики в часть экономической политики на уровне государства. Ее предпосылками являются рост значимости передовых научных разработок для производства, уменьшение времени между изобретением и его практическим внедрением, сокращение финансовой поддержки науки со стороны государства, интерес крупных компаний в привлечении университетов для выполнения научных работ.

Авторы выделяют ряд черт предпринимательского университета, среди них – такие как активное взаимодействие с государством и бизнесом, ориентация на капитализацию знаний, которая позволяет им развиваться экономически, создание новых институциональных форм, специализированных структурных подразделений, организаций, постоянный анализ собственной деятельности, поиск новых методов работы.

Для того чтобы предпринимательский университет был успешен в работе, необходимо четко определять стратегические ориентиры и цели и достигать их; осуществлять жесткий контроль за использованием материальных ценностей и интеллектуальной собственности; развивать умение организовывать трансфер технологий, использовать патенты, бизнес-инкубаторы, а также обеспечивать наличие корпоративной культуры работников и обучающихся, нацеленной на предпринимательский подход в работе.

Развитие моделей предпринимательского университета нашло свое отражение в разработке концепции «треугольника знаний». Она имеет схожую область с концепцией «тройной спирали», но в отличие от нее фо-

кусируется на акторах инновационной системы, а не на видах деятельности, объединяющих образовательную, научную и инновационную сферы.

По определению М. Унгера и В. Полта, «треугольник знаний» – это функциональная модель, характеризующая двусторонние каналы коммуникации между образовательной, научной и инновационной сферами» [9, с. 12]. Основными акторами «треугольника знаний» выступают университеты, которые вносят основной вклад в его развитие, различающийся в зависимости от выбранной модели предпринимательской и инновационной деятельности; государственные научные институты, которые реализуют специальные прикладные исследования, действуя на грани взаимодействия университетов и бизнес-структур; бизнес, исходящий, прежде всего, из интересов прибыли, которую могут принести инновационные разработки; государство, заинтересованное в подготовке специалистов.

По мнению Аллана Гибба, для предпринимательского университета должны быть характерны инновационность в развитии, автономность и индивидуальная ответственность работников за выполнение взятых на себя обязательств и инициатив. Он считает важным делегирование полномочий и ответственности, отказ от жесткого планирования в пользу стратегического мышления, учет потребностей заинтересованных сторон [2, с. 36].

М. Бунчук в качестве причин коммерциализации науки выделяет внутренние и внешние [5, с. 19]. К внутренним он относит то, что на определенной стадии науке требуются значительные дополнительные средства для того, чтобы совершить качественный скачок в развитии, и она вынуждена обращаться за ними в сектор бизнеса. Это ведет к необходимости привлечения профессиональных управленцев, которые начинают выстраивать свою политику, исходя из собственных представлений и ценностей. Внешней причиной является уменьшение государственной поддержки.

Для перехода к предпринимательской модели следует пройти несколько этапов: сформировать механизм защиты интеллектуальной собственности, вовлечь академическое сообщество и в завершение обозначить получение прибыли как конечную цель научной деятельности. Безусловно, для этого необходимы устойчивые партнерские связи между университетом, бизнесом, производством и государством, а также наличие системы стимулирования инновационной деятельности, принятие принципов культуры предпринимательства.

Л. В. Кобзева считает, что предпринимательским университет можно считать, исходя из двух позиций: в первой – сотрудники и выпускники создают инновационные компании, а университет выпускает высокотехнологичные стартапы (предпринимательский по результату), во второй – в университете действует мощная команда управленцев, создан академи-

ческий центр, который генерирует изменения, ведущие к получению высоких доходов (предпринимательский по типу действия команды) [10].

В качестве примеров университетов «предпринимательского типа» можно привести Массачусетский технологический институт, Стэнфордский университет, Калифорнийский университет в Беркли и ряд европейских вузов, таких как университеты Уорика, Твенте, Стратклайда, Чалмерса и других.

Выделяются четыре архетипа предпринимательских университетов, различающиеся по структуре организации, человеческим, финансовым ресурсам, стратегии, взаимодействию с внешней средой: университет, ориентированный на исследования и академическое превосходство; технические знания и прикладные исследования; оказание услуг, а также потребности заказчика и рынка; сфокусированный на коммерциализации знаний, а также высокотехнологичные узкоориентированные отраслевые исследования [4, с. 251].

Концепцию предпринимательского университета рассматривают в непосредственной связи с «третьей миссией» университетов, под которой понимаются «особенный фокус деятельности университетов, связанный с ориентацией вуза на потребности общества в целом и отдельных граждан в частности, а также активная социальная позиция университета в отношении своей территории, обусловленная многосторонним взаимодействием с различными заинтересованными участниками» [11, с. 23], «включенность университета в решение значимых для общества проблем» [6, с. 10].

При рассмотрении проблематики «третьей миссии» университетов большинство как зарубежных, так и российских авторов обращаются к работе «Методология третьей миссии университетов» профессора университета г. Марибор Марко Мархла и профессора Дунайского университета Атили Паусиста, в которой дается определение «третьей миссии» – «совокупность специфических услуг, основанных на действиях и возможностях, служащих для блага общества» [12, с. 5].

Часто «третью миссию» трактуют как «предпринимательскую деятельность университета, коммерциализацию интеллектуальных ресурсов» [13]. К характеристикам «третьей миссии» университета ряд исследователей относят также «генерирование, практическое применение знаний, получение выгоды от ресурсов (помещения, техника) за пределами академической среды» [14, с. 44], «экономическое применение исследований, патентов, трансфер технологий, а в широком смысле – любую деятельность в направлении общества» [15, с. 52].

О. В. Перфильева в качестве содержательных компонентов «третьей миссии» университетов выделяет передачу технологий, социальные обязательства и обучение в течение всей жизни [16, с. 140].

О трех движущих факторах, которые определяют «третью миссию»: социальном, предпринимательском и инновационном – пишут Montesinos, Carot, Martinez и Mora [17, с. 196]. *Социальный фактор* – это сфера, в которой не предполагается извлечение прибыли или экономический эффект, это область оказания социальных услуг, участия университета в развитии городских пространств, взаимодействие с местным сообществом, культурная среда, студенческая активность. *Предпринимательский фактор* связан с проведением научных исследований по контрактам с государством и бизнесом, коммерциализацией интеллектуальной собственности, платными образовательными программами, использованием объектов университета на коммерческой основе. *Инновационный фактор* предполагает внедрение научных разработок университетов, консультирование органов власти и правительственных организаций.

Понятие предпринимательского университета часто ассоциируется с концепцией «Университета 3.0» при том, что «Университет 1.0» ориентирован на образовательную миссию, а «Университет 2.0» – на научную. Для третьего «поколения» университетов ключевым отличием является коммерциализация знаний.

Активное включение университетов в экономические процессы, упрочнение связей с предприятиями и коммерческими организациями на фоне сокращения государственного финансирования привели к появлению во второй половине XX в. в Европе нового понимания роли университетов в концепциях управления. В частности, так называемый «новый государственный менеджмент» (New Public Management) рассматривал сферу образования как объект рыночных преобразований, образование – в качестве услуги, а студента – как потребителя этой услуги. Университеты, согласно этой концепции, призваны конкурировать друг с другом за студентов, а студенты – приобретать образовательную услугу. Мерилом цены здесь выступают характеристики и компетенции выпускника, которые можно описать в экономических терминах: уровень дохода, престижность работы и так далее. Сторонники этого подхода считают, что он приведет к повышению качества образования, а также даст толчок развитию частных университетов, что снимет с государства дополнительные расходы и позволит сфокусировать их на наиболее эффективных вузах.

Университет мыслится как предприятие с назначаемым руководителем, имеющим четкие KPI, связанные с производительностью труда, числом студентов и преподавателей, объемом заработанных финансовых средств.

Переход к модели «Университет 3.0» предполагает трансформацию структуры университета, определенные изменения в организации учебного процесса, изменение облика преподавателя, освоение им новых технологий и методов обучения, а также активизацию работы по связям

с внешней средой – анализ потребностей рынка, диверсификацию направлений исследования, перспектив экономического развития государства, регионов, отдельных секторов экономики, развитие кооперации.

Университеты модели «3.0» выполняют важную социальную функцию, которая не сводится к зарабатыванию денег, а дает ему дополнительные возможности для расширения базы научных исследований, подготовки высококвалифицированных кадров для экономики, а также воспитания нового типа выпускников, обладающих навыками предпринимательства и инновационной деятельности. «Университет 3.0» становится флагманом экономического развития наукоемких отраслей, а также несет социальную ответственность на территории своего местонахождения.

Необходимо отметить, что в ряде работ, в том числе и отечественных ученых, предпринимательский подход к организации университетов подвергается критике. Так, А. В. Юревич считает, что вопрос «не в адаптации российской науки к рыночной экономике, а в приспособлении нашего специфического варианта рыночной экономики к требованиям научно-технического прогресса. Наука же, адаптированная к отечественному варианту рыночной экономики, могла бы основательно навредить человечеству» [18, с. 50].

Однако такой подход – скорее исключение, поскольку большинство исследователей видит способы преодоления негативных последствий коммерциализации науки. По мнению А. О. Грудзинского, «нельзя же согласиться с утверждением, что любое научное исследование по контракту («на заказ») является плохим исследованием. С определенной точки зрения никаких других, кроме заказных, оплачиваемых исследований просто не бывает (у каждой оплачиваемой образовательной программы есть заказчик, например, государство)» [7, с. 115]. Он же говорит о том, что в постсоветский период предпринимательские начала в деятельности университетов стали проявляться именно в сфере науки, которая была поставлена в условия необходимости поиска новых источников финансирования, а значительные наработки зарубежных университетов в этой области помогли начать эту работу.

И. А. Павлова выделяет два этапа развития университета предпринимательского типа в России²:

– начало 1980-х – середина 2000-х гг., когда оцениваются, как правило, отдельные направления деятельности университета, связанные с интеллектуальной собственностью в университете, трансфером технологий, установлением партнерства с бизнесом и т. д.;

² Павлова И. А. Университет в региональной инновационной системе: роли, функции, взаимодействия (на примере Томской области): дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2016. – 195 с. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30436501> (дата обращения: 14.08.2019).

– середина 2000-х – настоящее время, когда формулируются тезисы об университете предпринимательского типа как явлении целостном, характеристиками которого являются гибкое стратегическое мышление, готовность брать на себя обязательства, стремление к автономии и независимости как залогом стратегического успеха института и т. д., а сам термин «предпринимательский университет» формулируется как совокупность признаков по направлениям деятельности данного института.

В рамках второго этапа своего развития университет предпринимательского типа рассматривают как исключительно важный актор в региональной экономике, интегратор в региональной инновационной системе, что требует комплексного и дифференцированного подхода к оценке деятельности университета. Исследователи обращают внимание не только на крупные национальные университеты, но и региональные университеты, которые выполняют свою функцию как университеты локального доступа. Уже с начала 1990-х гг. в ряде университетов, например, в Нижегородском государственном университете, начинают создаваться инновационно-технологические центры, малые наукоемкие предприятия.

Безусловно, важным фактором, влияющим на выбор рядом университетов «предпринимательской» модели развития стало создание новой «иерархии» университетов: национальных, федеральных, научно-исследовательских. Это подтолкнуло университеты к активизации взаимодействия с предприятиями и организациями, внутренним изменениям, стимулирующим предпринимательскую инициативу.

2 августа 2009 г. был принят Федеральный закон от № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности», который, по сути, стимулирует университеты к развитию предпринимательской деятельности. Университеты получили возможность создания малых инновационных предприятий, в которых студенты могут получать опыт предпринимательской деятельности, хозяйственные общества, внедряющие результаты интеллектуальной деятельности.

Постановление Правительства РФ от 9 апреля 2010 г. № 219 дало возможность финансировать развитие инновационной инфраструктуры в федеральных образовательных учреждениях высшего образования.

28 сентября 2011 г. была учреждена «Ассоциация предпринимательских университетов России». В качестве своей задачи она видит содействие формированию государственной политики, продвижению передового российского опыта, активное включение в процессы трансфера технологий и коммерциализации результатов интеллектуальной деятель-

ности, а также развитие эффективного партнерства с государственными органами власти и бизнеса в рамках модели «Тройной спирали».

Во многих университетах работают бизнес-инкубаторы и технопарки, деятельность которых направлена на поиск, выявление и поддержку предпринимателей из числа обучающихся и работников, развитие стартапов, бизнес-проектов. К примеру, в Северном (Арктическом) федеральном университете им. М. В. Ломоносова с 2018 г. работает технопарк, задачами которого являются предоставление возможности для выполнения опытно-конструкторских и технологических работ, организация междисциплинарных команд и проектов, финансовый, юридический, технический, технологический консалтинг, взаимодействие с внешней бизнес-средой, органами государственной власти, институтами развития, обеспечение доступа резидентов технопарка к инновационной инфраструктуре, сопровождение проектов резидентов.

Заключение. Модель «предпринимательского университета» получила свое научное осмысление и апробацию в работе ряда крупных зарубежных университетов. Для них выбор этой модели стал определяющим в достижении хороших результатов в образовательной деятельности, улучшении финансовых показателей, формировании нового типа администрирования. Вместе с тем адаптация этой модели к условиям российской системы образования должна происходить с учетом ее особенностей, внутренней культуры профессорско-преподавательского состава, ограничений российского законодательства.

В тех университетах, в которых сложились благоприятные условия для движения в этом направлении, могут возникнуть положительные экономические эффекты при грамотном внедрении принципов управления, основанных на научных методиках.

В качестве выводов необходимо отметить следующее.

1. Модель «предпринимательского» университета может служить одним из ориентиров трансформации организаций высшего образования в современных социально-экономических условиях.

2. Выбор университетом этого направления развития зависит от таких факторов, как наличие инновационного и экономического потенциала в регионе его местонахождения, заинтересованности органов власти, бизнеса и производства во взаимодействии с университетом, готовность коллектива и руководства университета к новым подходам к деятельности, исходя из принципов предпринимательского университета.

3. Со стороны органов управления высшим образованием в Российской Федерации предпринимаются действия, направленные на стимулирование университетов к развитию предпринимательского компонента в своей работе, поддерживаются «пилотные» проекты предпринимательских университетов.

4. Основными проблемами, стоящими на пути развития в нашей стране «предпринимательских» университетов, являются отсутствие опыта подобной деятельности у коллективов и руководства университетов на протяжении предыдущих периодов работы; взаимная неготовность к сотрудничеству со стороны университетов и сферы бизнеса, предприятий, корпораций, незначительное количество успешных практик в этом направлении; рамки существующей системы управления и финансирования университетов, зависимость от «показателей эффективности» и иных требований органов управления сферой образования.

5. Необходимыми условиями для развития предпринимательских университетов являются повышение уровня предпринимательских компетенций у работников и обучающихся университета; нахождение взаимовыгодных форматов взаимодействия университетов со сферой производства и бизнесом; развитие мобильности и готовности к изменениям со стороны университетов, «клиентоориентированности»; предоставление университетам большей свободы в диверсификации источников финансирования, выборе стратегических целей, задач развития и методов их достижения; гарантии защиты интеллектуальной собственности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Clark B.** Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. – Bingley: Emerald Group Publishing Limited, 2001. – 240 p. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Creating-Entrepreneurial-Universities%3A-Pathways-of-Clark/4530491c5ffb80d5bb8e983f3ce16cbce9c43a94>
2. **Gibb A., Haskins G.** The University of the Future: an Entrepreneurial Stakeholder Learning Organisation // A. Fayolle, D. T. Redford (eds.). Handbook on the Entrepreneurial University. New Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2014. – С. 25–63. DOI: 10.4337/9781781007020.00008
3. **Leydesdorff L., Etzkowitz H.** The Triple Helix as a Model for Innovation Studies // Science and Public Policy. – 1998. – Vol. 25(3). – P. 195–203.
4. **Bronstein J., Reihlen M.** Entrepreneurial university archetypes: A meta-synthesis of case study literature // Industry and Higher Education. – 2014. – Т. 28, № 4. – P. 245–262. DOI: <https://doi.org/10.5367%2Fihe.2014.0210>
5. **Бунчук М. В.** Последствия коммерциализации науки // Наука и науковедение. – 1998. – № 3. – С. 13–20.
6. **Головко И. В., Зиневич О. В., Рузанкина Е. А.** Третья миссия университета и модель многопользовательского управления для регионального развития // Comparative politics. Russia. – 2018. – Vol. 9, № 1. – С. 5–17. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32562735>
7. **Грудзинский А. О.** Университет как предпринимательская организация // Социологические исследования. – 2003. – № 4. – С. 113–120. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17299593>
8. **Константинов Г. Н., Филонович С. Р.** Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. – 2007. – № 1. – С. 49–62. URL: <https://vo.hse.ru/2007--1/26559063.html>
9. **Unger M., Wagner-Schuster D., Polt W.** Austria: Place-based dimension in higher education policy making // Enhancing the Contributions of Higher Education and Research Institutions

- to Innovation. Case Studies Background Document for the OECD High Level Event on the Knowledge Triangle (15–16 September 2016, Paris). – Paris: OECD, 2016. – P. 12–14. URL: https://www.oecd.org/sti/Case%20studies%20-%20KT%20Event_FINAL2.pdf
10. **Кобзева Л. В.** Предпринимательский университет: как университету встроиться в экономику в новом десятилетии // Ежегодник «Россия: тенденции и перспективы развития». – М.: ИНИОН РАН, 2011. – С. 641–643. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/predprinimatelskiy-universitet-kak-universitetu-vstroitsya-v-ekonomiku-v-novom-desyatiletii>
 11. **Медушевский Н. А., Перфильева О. В.** Интерпретация третьей роли университетов на современном этапе // Вестник РГГУ. Серия: «Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение». – 2016. – № 3. – С. 19–31. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28839581>
 12. **Marhl M., Pausits A.** Third Mission Indicators for New Ranking Methodologies // Evaluation in Higher Education. – 2011. – № 5. – P. 43–64. DOI: 10.15393/j5.art.2013.1949
 13. **Щелкунов М. Д., Николаева Е. М., Фурсова В. В.** На пути к международному признанию: Казанский федеральный университет как субъект глобального пространства высшего образования: монография. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 140 с. URL: https://repository.kpfu.ru/eng/?p_id=142077&p_lang=2
 14. **Jongbloed B.** Seven Indicators for Mapping University regional Interactions. ENID PRIME Indicators Conference in Oslo (26–28 May 2008). – Oslo, 2008. – P. 32–56.
 15. **Dan M. C.** The Third Mission of Universities in the Development Strategy of Vienna City // Informatica. Economica. – 2012. – Vol. 16, № 4. – P. 49–56.
 16. **Перфильева О. В.** Университет и регион: на пути к реализации третьей функции // Вестник международных организаций. – 2011. – № 1 (32). – С. 133–144. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=16162327>
 17. **Montesinos P., Carot J-M., Mora F.** Third Mission ranking for world class universities: Beyond teaching and research // Higher Education in Europe. – 2008. – Vol. 33 (2-3). – P. 195–199. DOI: <https://doi.org/10.1080/03797720802254072>
 18. **Юревич А. В.** Наука и рынок // Общественные науки и современность. – 1999. – № 1. – С. 45–65. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20207857>

REFERENCES

1. Clark B. *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited, 2001, 240 p. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Creating-Entrepreneurial-Universities%3A-Pathways-of-Clark/4530491c5ffb80d5b-b8e983f3ce16cbce9c43a94>
2. Gibb A., Haskins G. The University of the Future: an Entrepreneurial Stakeholder Learning Organisation. A. Fayolle, D. T. Redford (eds.). *Handbook on the Entrepreneurial University*. New Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2014, pp. 25–63. DOI: 10.4337/9781781007020.00008
3. Leydesdorff L., Etkowitz H. The Triple Helix as a Model for Innovation Studies. *Science and Public Policy*, 1998, vol. 25(3), pp. 195–203.
4. Bronstein J., Reihlen M. Entrepreneurial university archetypes: A meta-synthesis of case study literature. *Industry and Higher Education*, 2014, vol. 28, no. 4, pp. 245–262. DOI: <https://doi.org/10.5367%2Fihe.2014.0210>
5. Bunchuk M. V. The effects of the commercialization of science. *Science and science of science*, 1998, no. 3, pp. 13–20. (In Russian)
6. Golovko I. V., Zinevich O. V., Ruzankina E. A. The third mission of the University and the model of multi-user management for regional development. *Comparative politics. Russia*, 2018, vol. 9, no. 1, pp. 5–17 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32562735> (In Russian)

7. Grudzinsky A. O. University as an entrepreneurial organization. *Sociological research*, 2003, no. 4, pp. 113–120 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17299593> (In Russian)
8. Konstantinov G. N., Filonovich S. R. What is an entrepreneurial University. *Questions of Education*, 2007, no. 1, pp. 49–62. (In Russian)
9. Unger M., Wagner-Schuster D., Polt W. Austria: Place-based dimension in higher education policy making. *Enhancing the Contributions of Higher Education and Research Institutions to Innovation. Case Studies Background Document for the OECD High Level Event on the Knowledge Triangle* (15–16 September 2016, Paris). Paris: OECD, 2016, pp. 12–14 URL: https://www.oecd.org/sti/Case%20studies%20-%20KT%20Event_FINAL2.pdf
10. Kobzeva L. V. Entrepreneurial University: how can University integrate into the economy in the new decade. *Yearbook «Russia: trends and prospects of development»*. Moscow: INSTITUTE of Sciences, 2011, pp. 641–643. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/predprinimatelskiy-universitet-kak-universitetu-vstroitsya-v-ekonomiku-v-novom-desyatiletii> (In Russian)
11. Medushevskij N. A., Perfil'eva O. V. Interpretation of the third role of universities at the present stage. *Bulletin of RGGU. Series: Political science. History. International Relations. Foreign Regional Studies. Oriental Studies*, 2016, no. 3, pp. 19–31. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28839581> (In Russian)
12. Marhl M., Pausits A. Third Mission Indicators for New Ranking Methodologies. *Evaluation in Higher Education*, 2011, no. 5, pp. 43–64. DOI: 10.15393/j5.art.2013.1949
13. Shelkunov M. D., Nikolaeva E. M., Fursova V. V. *Towards international recognition: Kazan Federal University as a subject of the global higher education space*. Kazan: Publ. House of Kazan University, 2016, 140 p. URL: https://repository.kpfu.ru/eng/?p_id=142077&p_lang=2 (In Russian)
14. Jongbloed B. Seven Indicators for Mapping University regional Interactions. *ENID PRIME Indicators Conference in Oslo, 26–28 May 2008*. Oslo, 2008, pp. 32–56.
15. Dan M. C. The Third Mission of Universities in the Development Strategy of Vienna City. *Informatica. Economica*, 2012, vol. 16, no. 4, pp. 49–56.
16. Perfil'eva O. V. The University and the region: on the way to implement the third function. *Bulletin of international organizations*, 2011, no 1(32), pp. 133–144. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=16162327> (In Russian)
17. Montesinos P., Carot, J-M., Mora F. Third Mission ranking for world class universities: Beyond teaching and research. *Higher Education in Europe*, 2008, vol. 33 (2-3), pp. 195–199. DOI: 10.1080/03797720802254072
18. Yurevich A. V. Science and market. *Social Sciences and modernity*, 1999, no. 1, pp. 45-65. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20207857> (In Russian)

Received September 16, 2019

Поступила: 16.09.2019

Accepted by the editors November 05, 2019 Принята редакцией: 05.11.2019