

ЭКОНОМИКА И ОБРАЗОВАНИЕ

УДК 338

**А. Г. Мокроносов,
И. Н. Маврина**

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Аннотация. Предметом внимания авторов данной статьи является совокупность экономических процессов и явлений в сфере высшего профессионального образования. Цель публикации – продолжение исследования, уточнение и систематизация теоретических положений вузовского предпринимательства в условиях экономики знаний, развития конкурентных отношений на рынке научно-образовательных услуг. Методологическую базу работы составили научные труды отечественных и зарубежных ученых в области конкурентного развития, предпринимательства, теорий квазирынков и саморазвивающихся организаций.

Дана авторская трактовка вузовского предпринимательства как закономерного комплексного и системного процесса, обусловленного кардинальными переменами в социально-экономическом развитии общества, общемировыми тенденциями интеллектуализации экономики, доминирования научно-образовательных услуг в ее структуре и усиления роли модернизации в сохранении стабильного благополучного положения государства.

Вузовское предпринимательство представлено как синтез творческой, инновационной, коммерческой и управленческой деятельности, реализуемых в совокупности на рынке научно-образовательных услуг, рынке труда, отраслевых товарных и финансовых рынках.

Раскрыта взаимосвязь экономического и социального аспектов предпринимательской деятельности университетов: рационально, гармонично,

обоюдновыгодно выстроенная система отношений, возникающих в процессе оказания и потребления научно-образовательных услуг между государством, вузами, учреждениями науки и образования, бизнес-сообществом, домохозяйствами и другими субъектами рынков образовательных услуг, позволяет в конечном счете добиться максимально высокого результата общественного развития.

Практическое применение основных теоретических положений исследования предпринимательского вектора развития высшей школы показано на примере деятельности Российского профессионально-педагогического университета.

Ключевые слова: предпринимательство, высшее профессиональное образование, конкурентоспособность, рынок научно-образовательных услуг, профессионально-педагогическое образование.

Abstract. The paper considers the complex of economic processes in the sphere of the higher vocational education. The research is aimed at investigating, clarifying and systemizing the theoretical concepts of entrepreneurship in the context of the knowledge economy and rising competitiveness in the market of scientific and educational services. The research methodology basis involves the works of domestic and foreign scholars in the fields of competitive development, entrepreneurship, quasi-markets theories and self-developing organizations.

The paper presents the author's interpretation of the university entrepreneurship as the integrated and systematic process generated by the dramatic changes of socio-economic development, increasing global trends of economy intellectualization, significant proportion of scientific and educational services, and increasing role of modernization in sustaining the state welfare and stability.

The university entrepreneurship is regarded as a synthesis of creative, innovative, commercial and managerial activities in the market of scientific and educational services, labor market, industrial and financial markets.

The interrelation of economic and social aspects of university business is revealed including the links between the government, universities, scientific educational institutions, business community, households and other subjects of educational service market.

The application of the main theoretical principles of the research concerning the higher school business vector is demonstrated by the practical activity of the Russian Vocational Pedagogical University.

Keywords: entrepreneurship, higher vocational education, competitiveness, market of scientific and educational services, vocational teacher training.

В настоящее время отсутствует общепринятый подход к определению экономической сущности предпринимательства. Есть самые разнообразные точки зрения на условия его формирования, виды и формы проявления. Дискуссионными остаются и вопросы, касающиеся закономерностей и тенденций, механизмов становления и развития предпринимательства в высшем профессиональном и профессионально-педагогическом образовании.

Наиболее полной и базовой остается концепция Й. Шумпетера, согласно которой суть предпринимательства заключается в соединении на новых началах различных видов ресурсов и осуществлении постоянного реформирования производственных, управленческих, технологических решений в быстроменяющихся комбинациях и вариантах. Этот процесс сменяющих друг друга волн инноваций исследователь назвал «непрерывным штормом созидательного разрушения», являющимся проявлением эффективной конкуренции [17].

Обобщение и систематизация эволюционировавших научных взглядов на предпринимательство представителей ведущих экономических школ позволяют выделить в качестве его базовых условий экономическую свободу, новаторство и конкуренцию, которые отражают сущностные характеристики данного феномена [7]. Отмеченные базовые условия определяют три основные функции предпринимательства: созидательную, инновационную и коммерческую. В соответствии с этим, под предпринимательством, с нашей точки зрения, следует понимать *совокупность общественных отношений, возникающих в условиях экономической свободы и конкуренции, активизирующих основанные на знаниях человеческие возможности саморазвития для осуществления целенаправленной, созидательной, инновационной деятельности и достижения высоких социальных и коммерческих результатов*. При этом на макроуровне предпринимательство целесообразно рассматривать

как один из важнейших факторов развития общественного воспроизводства наряду с трудом, землей и капиталом; на уровне отдельной организации – как метод хозяйствования, синтезирующий ее творческую, инновационную и коммерческую деятельность; на уровне физических лиц – как средство реализации личностных качеств предпринимателей-новаторов и искусство их деловой активности.

Многоуровневость и многоаспектность феномена предпринимательства, которое как процесс нацелено и на установление рационального взаимодействия производственных факторов, и на поиск новых управленческих и производственных возможностей, эффективных способов обеспечения общественных потребностей, и на достижение устойчивой конкурентоспособности экономических систем, требуют системного и комплексного подходов к его исследованию.

В сфере высшего профессионального образования России в последние годы сложились серьезные предпосылки для интенсивного развития предпринимательства. Прежде всего, нужно отметить, что в период трансформации административно-командной экономики советского периода в рыночную вузам была предоставлена значительная экономическая самостоятельность. Автономизация вузов позволила им, в частности, открывать в установленном законом порядке счета в кредитных организациях, получать доходы от использования имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности, а также доходы от оказания платных образовательных услуг и распоряжаться этой прибылью. Автономный вуз вправе выступать в качестве юридического лица с соответствующим уставным капиталом, использовать в своей финансово-экономической деятельности заемный капитал в виде банковского кредита, самостоятельно распределять поступающие средства субсидий для выполнения государственного заказа. Таким образом, отношения между высшими учебными заведениями и государством приобретают контрактный характер.

Рост экономической независимости учреждений высшего профессионального образования стимулировал появление и быстрое приумножение в России количества негосударственных вузов. В 1993 г. соотношение государственных и негосударственных высших образовательных учреждений составляло 548 и 78; в 2012 г. – 653 и 462. По той же причине ощутимо увеличилась доля внебюджетной подготовки кадров в государственных вузах [3]. Наблюдается и встречный процесс: с 2012 г. поменялся порядок бюджетного финансирования негосударственных вузов, которые получили право принимать студентов на бюджетные места. В целом на сегодняшний день в российских вузах обучается около 7 млн студентов, из них на бюджетных местах – всего 2,6 млн [1].

Другая важнейшая предпосылка развития предпринимательства в сфере высшего профессионального образования – усиление созидательной функции вузов, их ориентации на принципы инновационной экономики. Устойчивый экономический рост в современном мире неразрывно связан с переработкой стремительно увеличивающегося объема новых знаний и освоением наукоемких технологий: значительно выросли масштабы и ускоряется динамика высокотехнологичных производств; быстрыми темпами развивается сфера знаниеемких услуг; повышается значимость научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР); все острее ощущается потребность массовой подготовки высококвалифицированных специалистов для всех отраслей производства. Учреждения профессионального образования становятся частью инновационной системы, входят в предпринимательские сети управления знаниями, поддерживая производство и трансферт новых знаний и технологий.

Важнейшей предпосылкой развития вузовского предпринимательства является также конкуренция образовательных структур и учреждений. Производство знаний и экспорт образовательных услуг превратились в последнее время в один из наиболее востребованных и перспективных продуктов человеческой деятельности и стали действенными факторами стимулирования экономи-

ческого роста. Всемирная торговая организация включила образование в список услуг, оказание и потребление которых, в соответствии с Генеральным соглашением по торговле, регулируется ее положениями (речь идет о свободе транснационального перемещения учащихся и преподавателей, разработке и освоении образовательных программ, межнациональной и международной деятельности образовательных учреждений и т. д.). Финансовые показатели мирового рынка образовательных услуг, включая языковые курсы, среднее и высшее образование, дополнительное профессиональное образование и т. д., достигли 100 млрд долларов. По прогнозам, их объем уже к 2015 г. приблизится к 200 млрд долларам, т. е. увеличится вдвое, а численность иностранных студентов к 2025 г. может составить от 4,9 до 7,2 млн человек [2].

Сегодня для зарубежных граждан образовательные программы так называемого «третичного уровня» (высшего и послевузовского образования) предлагают свыше 10 тыс. высших учебных заведений. Основное соперничество на этом рынке идет между наиболее развитыми странами Западной Европы и Северной Америки, а также Австралией, Японией и в последние 2–3 года – Китаем. В этих государствах обучаются в общей сложности свыше 4/5 всех иностранных студентов. На эту же группу стран приходится и 4/5 общемировых государственных расходов на образование.

Современные университеты становятся важным инструментом международной конкуренции, средством притяжения, отбора и профессиональной подготовки молодежи из широких образовательных ареалов. Образовательная миграция позволяет обеспечивать высокое качество человеческого капитала странам с естественной убылью и старением населения. На базе лидирующих за счет интеграции исследований и уникального «брендового» образования университетов формируются мировые «центры превосходства», концентрирующие кадры, идеи и разработки [8]. Данное явление обусловлено закономерностями процесса замещения физического труда умственным, вовлечением его в практическую переработку ресурсов в качестве источника «стоимости, создаваемой

знаниями» (knowledge-value) [15]. Активизация данного процесса повышает значимость задач аккумуляции интеллектуального капитала, выявления, накопления и распространения информации и опыта, приоритетного развития «живого знания» как «мягкого товара» (soft-ware) по отношению к овециественному знанию – «твердому товару» (hard-ware) [6].

Под влиянием как внешних, так и внутренних вызовов на российском рынке услуг профессионального образования также усиливается конкуренция. В ее активизации можно заметить следующие тенденции. Она отчетливо смещается в сферу научно-исследовательской деятельности высших учебных заведений. Лидирующие позиции начинают занимать вузы, демонстрирующие высокое качество проводимых научных исследований, способность их эффективного трансферта в образовательные процессы и производство. Отчетливый инновационный вектор развития позволяет федеральным и национальным университетам получать на конкурсной основе необходимую ресурсную поддержку государства и тем самым усиливать свои преимущества. И, наоборот, вузы, продолжающие «оставаться на плаву» только за счет ценовой конкуренции, традиционной «урокодательной» деятельности, рискуют утратить существующий статус и свои рыночные позиции. Вместе с тем, конкуренция в сфере профессионального образования все больше приобретает ценностно-сетевой характер: университеты соперничают за установление партнерских отношений с другими вузами, научно-исследовательскими институтами, бизнес-сообществами, институтами гражданского общества, органами государственной власти и местного самоуправления с целью реализации совместных программ и предпринимательских проектов.

Инициирование государством формирования и становления вузовского предпринимательства, поддержка его важнейших условий: экономической свободы, новаторства и конкуренции, прежде всего, в области научно-исследовательской деятельности – дают право исследовать предпринимательскую деятельность в высшем профессиональном образовании, спроецировав на нее ряд по-

ложений современной экономической науки, в том числе теории квазирынков и теории саморазвивающихся организаций.

Под термином «квазирынок» понимается система отношений между экономическими агентами, в которой производители конкурируют за право предоставления услуг потребителям, но их расходы финансируются государством. Квазирынок, в отличие от традиционного рынка, имеет ряд особенностей:

- во-первых, он может быть представлен как коммерческими, так и некоммерческими организациями, предпринимательская деятельность которых направлена не только на получение прибыли, но и на достижение социального эффекта;
- во-вторых, конкуренция государственных организаций с частными на данном рынке направлена не только на повышение экономической эффективности последних, но и на мониторинг властными структурами относительной эффективности их поведенческих моделей, в том числе социальных результатов предпринимательства;
- в-третьих, расходы потребителей в системе квазирынков финансируются за счет государственных субсидий;
- в-четвертых, одной из основных положительных черт квазирынков является X-эффективность, характеризующая особенность использования ресурсов внутри организации и стимулирующая поставщиков образовательных услуг рационально использовать эти ресурсы.

Категория квазирынков чаще всего применяется при анализе работы и результатов деятельности экономических систем с доминирующей государственной формой собственности на средства производства, а также при изучении переходных форм собственно рыночных механизмов, формирующихся в ходе радикальных рыночных реформ в постсоциалистических экономиках. Квазирынки представляют собой особый тип искусственно создаваемых гибридных экономических структур: их функционирование строится на сочетании рыночных механизмов и государственного куриро-

вания с целью наиболее полного удовлетворения потребностей в услугах общественного сектора.

Специфика квазирынков как институциональных структур заключается в том, что они создаются и развиваются на принципах конкурентного взаимодействия его субъектов, при этом одним из субъектов выступает государство как регулятор рыночных процессов. Двойственная природа квазирынков проявляется в особенностях экономических отношений, складывающихся между организациями и государством. Наряду с обеспечением функционирования данных структур, регламентацией их хозяйственного поведения, государство как субъект квазирыночных трансакций, оценивает и финансирует спрос на продукцию и услуги организаций общественного сектора, создавая тем самым экономическую основу для гармонизации общественных и частнособственнических интересов [10]. Квазирыночные институты дают возможность в трансформационный (переходный) временной промежуток синтезировать традиционные рыночные механизмы с методами так называемой «раздаточной» экономики, доставшейся нам в наследство от административно-командной советской системы. Они оправданы до тех пор, пока большую роль продолжают играть нерыночные отношения, проявляющиеся в различных дотациях, трансфертах, субсидиях и подобных формах, отражающих процессы передачи ресурсов от центра (государства) субъекту на иных, отличных от рыночных механизмов [4].

В числе других проявлений предпринимательства в сфере высшего профессионального образования необходимо выделить возникновение малых инновационных предприятий – хозяйственных сообществ при государственных вузах. Считаю нужным акцентировать, что предпринимательство в рассматриваемой сфере не может отождествляться по своему содержанию только с коммерческой деятельностью, ориентированной сугубо на получение прибыли. Вузовское предпринимательство может приносить доход и вместе с тем обеспечивать решение важных социальных задач. Иными словами, реализация предпринимательских проектов в дан-

ном случае предполагает не только коммерческую рентабельность и гарантированную финансовую прибыль для реализующих их организаций, но и преумножение социальных благ. К имеющим общественную значимость, однако не во всех случаях поддающимся экономическому исчислению, относятся, в частности, внешние эффекты, связанные с приобретением предпринимательских компетенций выпускниками вузов.

В ряде ведущих вузов мира успешно реализуется концепция «предпринимательского университета», основной акцент в содержании которой ставится на новаторской деятельности менеджмента, его ориентации на постоянный поиск и рациональное использование ресурсов [5]. В современном менеджменте словосочетание «предпринимательская организация» обозначает такой способ ее внутреннего устройства, в котором конституируются три необходимых элемента: организационное действие, инициирование изменений, денежный доход как цель и критерий успеха [7].

Предпринимательский университет должен систематически справляться с возникающими ограничениями 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. Ограничения в указанных сферах сопряжены с дефицитом основных видов ресурсов: финансовых, информационных, и трудовых. Преодоление этого дефицита как с помощью привлечения внешних средств, так и за счет развития внутренних возможностей – важнейший признак предпринимательского университета [9].

Однако развитие вузовского предпринимательства не исчерпывается *ресурсным подходом*. Поиск новых производственно-хозяйственных возможностей требует еще *компетентного подхода*, характеризующего совокупность предпринимательских способностей вуза, которые возможно отразить на основе выделения ключевых компетенций, обеспечивающих внешнюю и внутреннюю гибкость вуза. Сочетание указанных подходов по-

зволяет осуществлять анализ вузовского предпринимательства в двух направлениях:

- во-первых, относительно подготовки своих выпускников как потенциальных предпринимателей, способных создать собственный инновационный бизнес;
- во-вторых, как деятельность вузовских подразделений, приносящую доход и проявляющуюся в повышении конкурентоспособности учебного заведения.

Для обеспечения конкурентоспособности вуза большое значение имеет стратегия его предпринимательской деятельности, оцениваемая по двум составляющим: достигнутому уровню операционной эффективности и результатам стратегического позиционирования. Высокая операционная эффективность предполагает максимально полный учет и рациональное использование имеющихся факторов в сфере оказания образовательных услуг, выполнения научно-исследовательских работ, инновационной деятельности. Стратегическое позиционирование обусловлено факторами конкурентной среды и заключается в создании уникального, приносящего выгоду имиджа, основанного на оказании услуг, отличных от тех, что предлагают конкуренты.

В этой связи предпринимательский потенциал вуза следует понимать как его способности к расширению предельных возможностей существующего производственного потенциала, а также возможностей адекватно отвечать на вызовы внешней среды.

Позитивные изменения операционной эффективности во многом связаны с наличием внутренней гибкости коллектива сотрудников и руководства вуза, которые должны быть готовы к оперативным и адекватным изменениям целей деятельности, кадрового состава, технологическому переоснащению и модернизации учебно-производственной базы.

Успешность стратегического рыночного позиционирования зависит от того, в какой степени администрация и представители персонала владеют компетенциями по своевременному обнаружению актуальных и вероятных нужд и запросов потребителей образова-

тельных услуг, насколько они способны к анализу экономической конъюнктуры и перспектив рынка образования и рынка труда.

Таким образом, весомым конкурентным преимуществом для вуза является внедрение стратегического управления предпринимательской деятельностью и современной технологии управления качеством образовательного процесса. В соответствии с концепцией предпринимательского университета предлагаемое реальное качество должно опережать систему требований, предъявляемых внешней средой. Политика вуза в области качества должна заключаться в выявлении и предвосхищении ожиданий рынка, запросов как внешних потребителей – студентов, организаций-партнеров и общества в целом, так и внутренних – сотрудников университета [14].

Весьма перспективным для развития вузовского предпринимательства представляется применение теории самоорганизации, под которой понимают процесс создания или совершенствования сложной системы за счет взаимодействия ее внешних и внутренних составляющих [16], повышение ее способности к саморазвитию, в том числе к преодолению возникающих противоречий и препятствий усилиями самих субъектов образования. Самоорганизация системы высшего профессионального образования базируется на его внешней и внутренней открытости, коммуникациях и обратной связи с микро- и макросредой.

Согласно теории самоорганизации, в вузовском предпринимательстве можно выделить:

- антрепренерство – ориентацию научно-образовательной и коммерческой деятельности на более полное удовлетворение спроса как частных, так и институциональных субъектов на рынке образовательных услуг и рынке труда;
- интрапренерство – реструктуризацию внутренних условий и факторов воспроизводства научно-образовательных услуг, т. е. внутриорганизационные инновации [12].

Реализация данных двух направлений обеспечивает формирование ключевых конкурентных преимуществ, связанных с повышением качества образовательного процесса. В экономической

литературе качество обычно трактуется как соответствие определенным критериям, нормам, требованиям среды или потребителя [11]. Чтобы добиться должного уровня качества подготовки специалистов, можно обратиться к опыту предприятий реального сектора экономики и использовать принципы международных стандартов управления качеством. Однако при этом необходимо учитывать, что качество профессионального образования формируется как интегральная характеристика выпускника, складывающаяся из единства социально, профессионально и личностно значимых его свойств.

С установлением рыночных отношений практически вся деятельность вуза, направленная на поддержание его конкурентоспособности, приобретает предпринимательский характер и может быть рассмотрена как совокупность бизнес-процессов. Инновации, в основе которых лежат новые знания, безусловно, составляют ядро вузовского предпринимательства. Однако конкурентные преимущества в не меньшей мере обеспечивают и творческая, и коммерческая составляющие, а также продуктовые, технологические и управленческие инновации, которые в свою очередь дробятся на более мелкие компоненты. Последние включают, например, профессионально-ориентационную работу, организацию и проведение приемных компаний, участие в распределении и трудоустройстве выпускников и др.

Практика автономных отечественных вузов подтверждает справедливость всего выше изложенного. Обратимся в качестве примера к опыту Российского профессионально-педагогического университета (РГППУ), который одним из первых в стране был зарегистрирован в статусе Федерального автономного образовательного учреждения и обозначил в качестве своей главной стратегической задачи переход на предпринимательскую модель развития, предполагающую превращение имеющихся ресурсов и интеллектуального потенциала учебного заведения в его рыночные конкурентные преимущества.

В университете совершенствуется система стратегического планирования. Цели, задачи и приоритетные направления деятельно-

сти, намеченные в утвержденной концепции развития на среднесрочную перспективу, являются ориентирами для годовых текущих планов структурных подразделений (институтов, отделов и кафедр) и получают свое логическое завершение в индивидуальных планах преподавателей.

Университет обладает значительным и уникальным ресурсным потенциалом для реализации предпринимательской модели:

- имеет статус головного вуза по научному, научно-методическому обеспечению системы подготовки педагогов профессионального обучения в РФ;
- эффективно взаимодействует с многочисленными образовательными учреждениями разного уровня и потенциальными работодателями своих выпускников;
- осуществляет подготовку специалистов как со средним специальным, так и с высшим профессиональным образованием;
- предлагает широкий спектр направлений подготовки и предоставляет образовательные услуги, согласованные с запросами рынка труда;
- создает условия для эффективного трансфера знаний (наличие адекватного требованиям рынка труда содержания обучения, использование современных технологий подготовки специалистов и др.).

Избранная вузом стратегия обеспечивает его динамичное развитие, помогает отстаивать лидирующие позиции в области профессионально-педагогического образования (ППО), сохранять устойчивую конкурентоспособность на рынке научно-образовательных услуг.

Приоритетными в деятельности университета являются следующие внешние цели:

- установление эффективного социального партнерства с органами государственной власти и местного самоуправления, академическим и отраслевым секторами науки, ведущими научными, образовательными и производственными центрами для комплекс-

ного решения проблем подготовки высококвалифицированных кадров и интеграции системы ППО в российское и мировое информационное и образовательное пространство;

- укрепление статуса РГППУ как ведущего вуза России в области ППО, расширение сферы влияния на федеральном и международном уровнях;

- формирование в обществе новых взглядов на подготовку рабочей элиты и повышение престижа ППО в стране и уральском регионе.

Стратегия модернизации внутренней среды ориентирована

- на совершенствование качества профессионально-образовательного процесса: активное использование инновационных подходов и информационно-коммуникационных технологий, внедрение системы менеджмента качества, отвечающей современным требованиям;

- непрерывное обновление содержания образования путем систематического изучения интересов и запросов потребителей образовательных услуг, мониторинга востребованности образовательных программ и выпускников университета на рынке труда, установления долгосрочных партнерских отношений с государственными и частными предпринимателями;

- развитие научно-исследовательской деятельности, ее ориентация на углубленную разработку актуальных проблем ППО и других предметных областей, по которым ведется подготовка специалистов; обеспечение высокой квалификации и мотивации профессорско-преподавательского и вспомогательного персонала на основе анализа уровня профессионально-педагогической компетентности, создания системы показателей, стимулирующих творческую деятельность персонала и отражающих персональный вклад каждого сотрудника в достижение качества;

- повышение качества подготовки абитуриентов за счет активизации деятельности системы довузовской подготовки, установление долговременных отношений со школами, учебными учреж-

дениями НПО и СПО для привлечения на учебу выпускников, ориентированных на получение ППО;

- повышение инвестиционной привлекательности реализуемых в университете образовательных программ.

Среди программных мероприятий с ярко выраженным предпринимательским характером следует отметить создание на базе университета центров взаимодействия образовательных учреждений с бизнес-сообществом, организацию работы инновационных научно-учебно-производственных кластеров. В частности, успешно развивается учебно-демонстрационный центр, созданный совместно с корпорацией «Пумори-СИЗ» – дилером по поставкам современного металлорежущего оборудования. Подготовка в указанном центре операторов, наладчиков, программистов, технологов из числа студентов университета, с одной стороны, решает проблему кадрового дефицита на соответствующем профильном производстве, с другой – способствует опережающему развитию отечественной экономики благодаря трансферу новых технологий. Кроме того, деятельность центра позволяет выполнять заказы предприятий по изготовлению изделий высокой сложности, что дает студентам дополнительные шансы стать специалистами действительно высокой квалификации. Аналогичные задачи решают и другие научно-образовательные центры, организуемые совместно с инновационными предприятиями региона.

Предпринимательский потенциал университета повышается и путем вовлечения в предпринимательскую деятельность студентов различных специальностей. Создаются студенческие центры консалтинговых услуг, студенческие группы по содействию осуществления муниципальных программ, в частности по изготовлению учебных фильмов, оказанию социальной помощи населению и др.

Предпринимательский вектор развития университета отчетливо нацелен на внешнее развитие. Создана и эволюционирует система сотрудничества с представителями регионального сообщества по вопросам, касающимся подготовки специалистов. Усиливается роль вуза как субъекта социально-экономического развития региона. Пред-

принимательская ориентация автономного университета – весомая предпосылка для его трансформации в национальный исследовательский университет, который станет региональным инновационным центром профессионального образования и педагогической образовательной индустрии Уральского федерального округа.

Подведем итоги.

1. Вузовское предпринимательство – закономерный комплексный и системный процесс, обусловленный кардинальными переменами в социально-экономическом развитии общества, общемировыми тенденциями усиления интеллектуализации экономики, доминирования научно-образовательных услуг в ее структуре и возрастания роли модернизации в развитии государства.

2. Понятие «предпринимательство вуза» не ограничивается рамками только коммерческой деятельности и отношениями «производитель – потребитель образовательных услуг» – оно имеет более широкий контекст. Под вузовским предпринимательством следует понимать синтез творческой, инновационной, коммерческой и управленческой деятельности вуза, реализуемых в совокупности на рынке научно-образовательных услуг, при претворении в реальность инноваций на производстве, а также на рынке труда.

Взаимосвязь экономического и социального аспектов вузовского предпринимательства состоит прежде всего в том, что рационально, гармонично, обоюдовыгодно выстроенная система отношений, возникающих в процессе оказания и потребления научно-образовательных услуг между государством, вузами, учреждениями науки и образования, бизнес-сообществом, домохозяйствами и другими субъектами рынков образовательных услуг, позволяет в конечном счете добиться максимально высокого результата общественного развития.

3. Внедрение предпринимательской модели развития в высшей школе – важный фактор повышения конкурентоспособности вузов, что подтверждается результатами научно-исследовательской, образовательной, инновационной и финансово-хозяйственной деятельности автономных университетов.

Литература

1. Агранович М. Кто последний на бюджет? // Российская газета. № 5626 (250).
2. Айдрус И. Мировой рынок высшего образования на современном этапе // Вестник высшей школы. Alma mater. 2010. № 1. С 53–56.
3. Арефьев А. Международный рынок образовательных услуг и российские вузы // Высшее образование в России. 2008. № 2. С. 144–157.
4. Бессонова О. Раздаточная экономика России. М.: Росспэн. 2006. 143 с.
5. Вильямс Д. На пути к предпринимательскому университету: опыт Великобритании // Университетское управление: практика и анализ. 2012. № 6. С. 51.
6. Гневашева В. А. Образование как фактор производства в информационном обществе // Вестник высшей школы. 2009. № 4. С. 5–20.
7. Грудзинский А. О. Университет как предпринимательская организация // Социологические исследования. 2004. № 4. С. 113–121.
8. Ефимов В. С., Лаптева А. В. Высшее образование в России: вызовы XXI века // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 4. С. 6–12.
9. Константинов Г. Н., Филонович С. Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. 2007. № 1. С. 49–53.
10. Корытцев М. А. Квазирынки: институциональная структура и механизмы функционирования. Ростов н/Д: Фонд «Содействие – XXI век». 2009. 245 с.
11. Макаров А. Н. Институциональные основы формирования рынка образования // Педагогика. 2007. № 4. С. 9–15.
12. Манчук Е. П. Значение развития антрепренерства в системе предпринимательской деятельности вуза // Экономические науки. М. 2008. № 4. С. 41–52.

13. Мокронос А. Г., Долженкова Е. В., Маврина И. Н. Предпринимательство как вектор стратегического развития вуза // Образование и наука. Изв. УрО РАО. 2011. № 1 0. С. 28–39.

14. Петров А., Сухов С. Стратегическое управление конкурентоспособностью вуза // Высшее образование в России. 2007. № 2. С. 9–15.

15. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знаниями, или История будущего. Новая индустриальная волна на Западе: антология. М.: Академия, 1999. С. 337–371.

16. Философская энциклопедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/1061.

17. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 455 с.