

НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ СБЛИЖЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ И КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

© 2008 М.А. Пономарев*

Ключевые слова: информационное общество, человеческий капитал, взаимодействие вузов и коммерческих организаций, образовательная услуга, организационно-правовые формы вузов, сдерживающие факторы, целевая подготовка, налоговые льготы, учебные планы, стажировки.

В условиях построения в России конкурентоспособной экономики особую актуальность приобретает инновационное сотрудничество между высшими учебными заведениями и коммерческими организациями, которое служит предпосылкой развития человеческого капитала страны и перехода к информационному обществу. Рассмотрены возможные направления сближения деятельности вузов и коммерческих организаций.

Существующие в настоящее время формы взаимодействия вузов и коммерческих организаций должны не только соответствовать, но и опережать запросы информационного общества, развитие которого базируется на четырех процессах: производстве нового знания; передачи нового знания с помощью получения образования и стажировок; распространения знания посредством информационных и коммуникационных технологий; его использования в новых производственных процессах и в новых видах услуг.

Цель статьи - рассмотрение направлений сближения взаимодействия высших учебных заведений и коммерческих организаций.

Исследование аспектов взаимодействия высших учебных заведений и коммерческих организаций включает в себя ряд этапов:

I) изучение понятийного аппарата сферы высшего образования и коммерческих организаций;

II) рассмотрение экономико-правовых основ функционирования вузов;

III) выявление научных основ сближения (точек соприкосновения) деятельности вузов и коммерческих организаций.

I) Понятийный аппарат сферы высшего образования и коммерческих организаций.

Для формирования последовательной позиции по рассматриваемой проблеме изучим и уточним существующий понятийный аппарат в сфере коммерческих организаций и высших учебных заведений.

Во-первых, рассмотрим правовые основы функционирования коммерческих организаций.

Согласно ст. 50 Гражданского кодекса РФ, коммерческая организация - это юридическое лицо, преследующее извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности¹.

Вместе с тем, достижение прибыли осуществляется через определение и реализацию набора целевых установок тактического и стратегического порядка, таких как увеличение: объема продаж, доли рынка, прибыли по отношению к вложенному капиталу, дохода на акцию компании (если это акционерная компания).

Юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий.

Особенности коммерческих организаций:

◆ подлежат государственной регистрации в уполномоченном государственном органе в порядке, определяемом законом о государственной регистрации юридических лиц;

◆ действуют на основании устава, либо учредительного договора и устава, либо только учредительного договора. В учредительном договоре учредители обязуются создать юридическое лицо, определяют порядок совместной деятельности по его созданию, условия передачи ему своего имущества и участия в его деятельности. Договором определяются также условия и порядок распределения между участниками прибыли и убытков, управления деятельностью юридического лица, выхода учредителей (участников) из его состава;

◆ основная цель деятельности - извлечение прибыли².

* Пономарев Максим Александрович, ассистент Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова.

По формам собственности организации подразделяются на:

◆ *частные*, которые могут существовать либо как полностью самостоятельные, либо в виде объединений и их составных частей. К частным также относятся организации, в которых имеется не преобладающая доля государства.

◆ *государственные*, в которых капитал и управление полностью принадлежит государству, а также смешанные, где государство обладает более 50% капитала или играет решающую роль в управлении.

В России сложилось следующее распределение прав собственности в организациях: 80% - частная, 10% - государственная и муниципальная, 10% - смешанная, совместная и другие формы собственности³.

Далее рассмотрим понятийный аппарат функционирования сферы высшего образования.

Ключевым аспектом при рассмотрении сферы высшего образования является трактовка понятий “образование” и “образовательная услуга”. Как в зарубежной, так и в отечественной литературе существуют различные трактовки понятия “образовательная услуга”. Для системного рассмотрения данного понятия целесообразно разделить его на 2 составляющих части: “образование” и “услуга”.

С точки зрения этимологии, под образованием в европейских языках подразумевается формирование личности обучаемого. Например, в английском языке слово education произошло от глагола e-ducere (лат.) - “вести”, “выводить”, то есть education есть направленное действие, имеющее конкретную цель. В немецком языке существительное Ausbuilding имеет в основе слово Bild - “образ”, “картина”⁴. В русском языке слово “образование” означает придание образа чему-либо или то, что образовалось из чего-нибудь⁵.

По определению, принятому 20-ой сессией Генеральной конференции ЮНЕСКО, под образованием понимается процесс и результат совершенствования способностей и поведения личности, при котором она достигает социальной зрелости и индивидуального роста⁶.

В Законе Российской Федерации “Об образовании” дается следующая трактовка: “образование” - целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов)⁷.

В то же время образование как вид деятельности представляет собой “совокупность учреждений и организаций, осуществляющих преимущественно образовательную деятельность, направленную на удовлетворение многообразных потребностей населения в образовательных услугах, на воспроизводство и развитие кадрового потенциала общества”⁸.

Также стоит принять во внимание, что начиная с 70-х гг. XX века образование стало рассматриваться как непрерывный процесс. Концепция “образование длиною в жизнь” выделяет временной фактор непрерывного образования. Образование рассматривается как процесс обучения - постоянный континуум “от колыбели до смерти”. Те базовые навыки, которые человек получает в молодости, служат его основой. В информационном обществе необходимы новые знания и навыки, и их список постоянно меняется. Итоговые документы Лиссабонского саммита Европейского Совета относят к таким навыкам компьютерную грамотность, иностранные языки, технологическую культуру, предпринимательство и социальные навыки.

Понятие “образование” в данной статье трактуется как непрерывный целенаправленный процесс формирования, трансформации и передачи знания в интересах индивида (обучаемого), работодателя, общества и государств.

Основным видом деятельности образовательных учреждений является создание и реализация образовательных услуг населению. Согласно Ф. Котлеру “Услуга - любое мероприятие или выгода, которую одна сторона может предложить другой и которая в основном неосвязаема, и не приводят к завладению чем-либо”⁹. Анализ отечественной литературы и периодики показал, что среди исследователей, изучающих проблему трактовки понятия “образовательная услуга” единое мнение по этой проблеме отсутствует. В табл. 1 приведены основные трактовки данного понятия.

Образовательным услугам присуща своя специфика, которая проявляется в следующих аспектах:

1) низкая степень освязаемости образовательных услуг проявляется в невозможности оценки их качества и объема до полного приобретения. В образовании этим целям служат образовательные стандарты, учебные планы и программы, информация о методах,

Основные трактовки понятия "образовательная услуга"

Автор	Трактовки понятия "образовательная услуга"
Щетинин В.П.	"система знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многоликих потребностей человека, общества и государства"*
Попов Е.Н.	"услуга образования в процессе потребления трансформируется в рабочую силу, качество которой зависит не только от совокупности потребленных образовательных услуг, но и от количества и качества личного труда, затраченных в процессе потребления этих услуг, личных способностей, степени их реализации и других субъективных факторов. Поэтому в рамках этого подхода следует отличать совокупность знаний, умений, навыков, которая является продуктом <i>совместного</i> труда преподавателя и обучающегося, от образовательных услуг, потребленных обучающимся, которые суть продукт труда преподавателей. Таким образом, "именно образовательные услуги (<i>т.е. совокупность труда преподавателей</i>), а не знания, умения, навыки, как это часто утверждается в литературе, могут рассматриваться как товарная продукция учебного заведения"***
Сагинова О.В.	"...продуктом любого образовательного учреждения является образовательная программа, которая разрабатывается им для того, чтобы удовлетворить потребность в образовании, профессиональной подготовке, обучении или переподготовке, - т.е. достижении определенного социального эффекта (изменение образовательного или профессионального уровня). Автор объясняет свое мнение следующим образом: "Вуз, не имеющий специалистов по информационным технологиям и оборудованных компьютерных классов, не может предлагать образовательные программы по этому направлению. Однако, даже располагая указанными ресурсами, вуз не предлагает своим клиентам разрозненные лекции или практические занятия, а выходит на рынок с образовательной программой по данной специальности, включающей определенное содержание, организацию учебного процесса, систему управления этим процессом и систему его методического, материального и кадрового обеспечения"***
Ченцов А.А.	выделяет категорию " <i>образовательный продукт</i> ", определяя ее как результат научно-педагогического труда, который, в свою очередь, является разновидностью научного труда; образовательный продукт является частью интеллектуального продукта (наряду с научным и инженерным продуктами), адаптированной к соответствующему сегменту рынка образовательных услуг****
Скрипак Е.И.	"...экономическая категория "образовательные услуги", которая включает в себя условие, желание, основу и ответственность за их производство и потребление экономическими субъектами (домохозяйствами, фирмой, государством) в настоящее время подменяется более узким понятием "платные образовательные услуги"*****

* Щетинин В.П. Своеобразие российского рынка образовательных услуг // Мировая экономика и междунар. отношения. 1997. № 11.

** Попов Е.Н. Услуги образования и рынок // Рос. экон. журн. 1992. № 6.

*** Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 1.

**** Ченцов А.А. Инновационные стратегии на рынке образовательных услуг: Дис. ... канд. экон. наук. М., 1998. 130 с.

***** Скрипак Е.И. К вопросу о понятии "образовательная услуга" // www.kemsu.ru.

формах и условиях обучения, сертификаты, лицензии, дипломы и т.п.;

2) свойство неотделимости от источника в отношении образовательной услуги означает, что в результате купли-продажи такой услуги продавец теряет право собственности на свой специфический товар, но по-

купатель такого права не приобретает: "сам этот товар "исчезает", поскольку потребляется в тот же момент, что и производится и передается"¹⁰. В то же время, любая замена преподавателя может изменить процесс и результат оказания образовательной услуги, а, следовательно, и спрос;

3) непостоянство качества в отношении образовательных услуг помимо неотделимости от исполнителя и невозможности установления жестких стандартов на процесс и результат оказания услуги имеет еще одну причину - "изменчивость "исходного материала"¹¹.

4) несохраняемость образовательных услуг, проявляет себя следующим образом:

♦ с одной стороны, "невозможно заготовить услуги в полном объеме заранее и складировать их как материальный товар в ожидании повышения спроса"¹², т.е. образовательные услуги, как и всякие другие нематериальные блага, не могут накапливаться ни у продавца (преподавателя), ни у потребителя (обучающегося), не могут им и перепродаваться. Вместе с тем, эта черта образовательных услуг выглядит "смягченной", поскольку некоторая учебная информация может быть частично подготовлена и зафиксирована на материальных носителях (например, книгах, кассетах, дисках).

♦ с другой стороны, является естественной для человека забыванием полученной информации, а также устареванием знаний, к которому приводят научно-технический и социальный прогрессы.

В научной литературе существует и несколько иная точка зрения. Например, В.Тамбовцев считает, что образовательные услуги не могут быть отнесены к общественным благам, так как ряд признаков, характерных общественным благам не выполняется. Так, для образовательных услуг признак неисключаемости из потребления просто не выполняется (весьма несложно исключить индивида из доступа к услугам образования), а признак неконкурентности в потреблении справедлив до определенных пределов: при превышении числом потребителей той или иной образовательной услуги некоторого порога качество образовательного процесса резко падает. В терминах экономической теории это означает, что услуги образования относятся к числу так называемых перегружаемых благ: в процессе их потребления возможна перегрузка, то есть превышение "пропускной способности". Такое свойство присуще, например, автодорогам: до определенной величины плотности потока автомобилей дорога может использоваться ("потребляться") многими водителями. Однако при превышении пороговой величины ее потребительские качества

резко ухудшаются: начинают возникать пробки, заторы, повышается аварийность и т.п.

Вместе с тем услуги образования действительно обладают определенной спецификой по сравнению со многими другими видами услуг. Она состоит в том, что последствия от потребления образовательных услуг оказываются благом не только для непосредственного потребителя (повышая уровень и качество его человеческого капитала), но и для экономики и общества в целом. Экономика, в которой работники имеют высокий уровень образования (квалификации), соответствующий используемым в ней технологиям, обладает очевидными преимуществами перед экономикой, использующей более отсталые технологии, "оживляемые" низкоквалифицированными работниками. Другими словами, услуги образования, будучи по характеру потребления скорее частными благами, вызывают значительный положительный внешний эффект. Такие блага принято называть социально значимыми¹³.

Под образовательной услугой в данной работе подразумевается лицензированный комплекс знаний и компетенций, передаваемых обучаемому преподавателем с целью удовлетворения потребностей обучаемого, работодателя, общества и государств во внедрении опережающих знаний и подходов, направленных на инновационное развитие экономики и социально-экономический прогресс.

II) Экономико-правовые основы функционирования вузов.

Основным элементом системы высшего профессионального образования является высшее учебное заведение. В настоящее время для вуза предусмотрены две организационно-правовые формы: учреждение и автономное учреждение.

Рассмотрим правовой статус и особенности функционирования вузов, созданных в вышеперечисленных организационно-правовых формах.

До принятия закона № 174-ФЗ от 3 ноября 2006 г. "Об автономных учреждениях" единственной организационно-правовой формой вуза было учреждение. Согласно п. 1 ст. 8 Закона "О высшем и послевузовском профессиональном образовании" под высшим учебным заведением признается образовательное учреждение, учрежденное и действующее на основании законодательства Российской Федерации об образовании, име-

ющее статус юридического лица и реализующее в соответствии с лицензией образовательные программы высшего профессионального образования¹⁴.

Высшее учебное заведение относится к некоммерческим организациям. Согласно ст. 50 ГК РФ¹⁵ и ст. 2 Закона о некоммерческих организациях: некоммерческой организацией признается организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Более того, в п. 2 ст. 2 Закона о некоммерческих организациях закреплено, что основная цель деятельности некоммерческих организаций – достижение общественных благ¹⁶.

Статья 8 Закона о высшем и послевузовском профессиональном образовании, а также ст. 24 Закона об образовании в качестве организационно-правовой формы вуза как юридического лица называют образовательное учреждение.

Учреждением признается организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая им полностью или частично (ст. 120 ГК РФ, ст. 9 Закона о некоммерческих организациях).

Для учреждения характерны следующие признаки:

- 1) обладает специальной правоспособностью;
- 2) создается одним учредителем, т.е. по своей сути является унитарной организацией;
- 3) учредительным документом является устав;
- 4) относится к группе организаций, не основанных на членстве;
- 5) полностью или частично финансируется собственником;
- 6) относится к группе организаций, на имущество которых учредители имеют право собственности, а само учреждение обладает закрепленным за ним и приобретенным за счет доходов от разрешенной учредительными документами предпринимательской деятельности имуществом на праве оперативного управления и (или) хозяйственного ведения;
- 7) имущество, которым учреждение не вправе распоряжаться, закрепляется за ним на праве оперативного управления;

8) при недостаточности денежных средств субсидиарную ответственность по обязательствам учреждения несет собственник имущества;

9) не может быть признано банкротом.

В качестве исполнительного органа образовательного учреждения выступает ректор (п. 3 ст. 12 Закона “О высшем и послевузовском профессиональном образовании”)¹⁷. Закон об образовании предусматривает следующие способы избрания руководителя вуза:

- 1) избрание коллективом образовательного учреждения;
- 2) избрание коллективом образовательного учреждения при предварительном согласовании кандидатуры (кандидатур) с учредителем;
- 3) избрание коллективом образовательного учреждения с последующим утверждением учредителем (п. 4 ст. 35)¹⁸.

Как государственные, так и негосударственные вузы могут выступать в следующих видах: университет, академия, институт.

Закон “Об автономных учреждениях” (АУ) № 174-ФЗ от 3 ноября 2006 г. ввел в действие еще одну организационно-правовую форму образовательных и иных некоммерческих организаций – автономное учреждение¹⁹.

В ходе анализа нормативных документов, мы выявили следующие особенности функционирования автономных учреждений, способствующие взаимодействию вузов с коммерческими организациями:

- 1) собственник не имеет права на получение доходов от деятельности АУ или от использования АУ имущества собственника (п. 9 ст. 2);
- 2) АУ может самостоятельно распоряжаться своими доходами; право автономного учреждения на самостоятельное распоряжение частью своего имущества распространяется не только на доходы от разрешенной ему собственником “внебюджетной” деятельности и на приобретенное за их счет имущество (п. 2 ст. 298 ГК РФ), но и на малоценное движимое имущество, переданное ему собственником или приобретенное учреждением за его счет.

III) выявление научных основ сближения (точек соприкосновения) деятельности вузов и коммерческих организаций.

Взаимодействие высших учебных заведений и коммерческих организаций в настоящее время базируется на нормативно-правовых актах, приведенных в табл. 2.

Законодательные основы сотрудничества вузов и коммерческих организаций

Направление сотрудничества	Выдержки из нормативно-правовых документов
1. Учебная и производственная практика	- осуществляется на основе договоров между высшими учебными заведениями и организациями, в соответствии с которыми указанные организации независимо от их организационно-правовых форм обязаны предоставлять места для прохождения практики студентам высших учебных заведений, имеющих государственную аккредитацию (Закон о высшем и послевузовском образовании в ред. Федеральных законов от 22.08.2004 № 122-ФЗ, от 01.12.2007 № 309-ФЗ)
2. Участие объединений работодателей в разработке и реализации государственной политики в области высшего профессионального образования	- п. 13 Закона о высшем и послевузовском образовании (введен Федеральным законом от 01.12.2007 № 307-ФЗ) предусматривает установление порядка участия объединений работодателей в разработке и реализации государственной политики в области высшего профессионального образования, в том числе в разработке федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования и разработке федеральных государственных требований к дополнительным профессиональным образовательным программам, формировании перечней направлений подготовки (специальностей) высшего профессионального образования, государственной аккредитации высших учебных заведений
3. Налоговые льготы для работодателей при обучении работников	- обложению единым социальным налогом не подлежат суммы возмещений расходов на повышение профессионального уровня работников. Выплаты, производимые работодателем на обучение работников, не подлежат обложению единым социальным налогом в случае, если обучение началось по инициативе работодателя в целях более эффективного выполнения работником своих функций*

* Налоговый кодекс Российской Федерации // www.consultant.ru.

В создавшихся экономических условиях вузам необходимо укреплять взаимоотношения с коммерческими организациями.

В качестве научных основ сближения деятельности вузов и коммерческих организаций могут быть:

1) развитие прикладных и фундаментальных исследований вузов по заказам коммерческих организаций;

2) целевая подготовка и доводка выпускников до требований коммерческих организаций (работодателей).

1) Развитие прикладных и фундаментальных исследований вузов по заказам коммерческих организаций.

В настоящее время вузовская наука нуждается в значительных инвестициях и заказах для своего развития. Этому препятствует ряд законодательных ограничений:

1) вузы не считаются научными организациями, а, следовательно, на них не распространяются налоговые и иные льготы, установленные для научных организаций;

2) отсутствуют законы, стимулирующие интеграцию науки и образования, в частности создание базовых кафедр и лабораторий;

3) вузы, созданные в форме учреждений, лишены права создавать малые инновационные фирмы для продвижения своих разработок;

4) отсутствует официальная оценка качества вузовских научных исследований.

Все эти факторы сдерживают увеличение объемов и качества исследований высшей школы, доля вузов в объеме научных исследований в 2006 году не превышала 4%.

В свою очередь коммерческие организации испытывают недостаток в прикладных научных исследованиях и в квалифицированных специалистах для их проведения. Приглашение для исследований иностранных специалистов не позволяет в полной мере восполнить этот дефицит. При использовании данного подхода экономика России будет носить догоняющий характер, отечественный научный сектор не будет развиваться.

Для развития взаимодействия вузов и коммерческих организаций помимо принятия законодательных норм, необходимо осуществить следующие мероприятия:

♦ создать единую базу данных о научных проектах для распределения их на конкурсной основе между вузами;

◆ открыть консалтинговые организации и центры при вузах для работы по заказам и грантам на научные исследования;

◆ использовать полученную вузами прибыль для обновления материальной базы, необходимой для проведения научных исследований;

◆ привлекать студентов и аспирантов к проведению исследований с соответствующим материальным стимулированием, что позволит заинтересовать их продолжать научные исследования после завершения обучения.

2) *целевая подготовка и доводка выпускников до требований коммерческих организаций (работодателей).*

В качестве средства реализации данного предложения следует использовать включение в учебные планы вузов дисциплин, в которых заинтересованы работодатели. С этой целью были изучены учебные планы бакалавра по направлениям “Экономика”, “Менеджмент”, “Информатика и вычислительная техника”, “Юриспруденция” на предмет наличия часов, не регламентированных строго государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования. Вуз имеет право самостоятельно формировать блоки дисциплин: региональный (вузовский) компонент, дисциплины по выбору, факультативы, специальные дисциплины.

Были получены следующие результаты:

1) направление 521500 “Менеджмент” - 2690 часов (37% от часов по стандарту);

2) направление 521600 “Экономика” - 2726 часов (32,6 % от часов по стандарту);

3) направление 552800 “Информатика и вычислительная техника” - 2652 часа (36,1 % от часов по стандарту);

4) направление 521400 “Юриспруденция” - 2584 (33% от часов по стандарту).

Вузы имеют возможность около одной трети учебного времени использовать на дисциплины, учитывающие интересы работодателей, формировать целевые группы подготовки студентов в интересах конкретного крупного работодателя.

Практический опыт студенты могут получить:

◆ во время прохождения производственной и преддипломной практики в коммерческих организациях;

◆ при условии приглашения в вузы представителей коммерческих организаций в качестве преподавателей-совместителей;

◆ при участии в гостевых лекциях с представителями работодателей, аналитиками, бизнес-консультантами, семинарах, форумах, выставках;

◆ в ходе встреч (дискуссий) с выпускниками вуза, добившимися определенных успехов в практической деятельности;

◆ при частичной занятости студентов в коммерческих организациях в процессе обучения.

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации // www.consultant.ru.

² Там же.

³ Россия в цифрах 2007: Стат. сб. / Росстат. М., 2007.

⁴ Туманс Х. Что есть образование сегодня? // <http://shh.neolain.lv/seminar14/vtor.alm.tumans.htm>.

⁵ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд., доп. М., 1999. 944 с.

⁶ <http://www.unesco.ru>.

⁷ Федеральный закон “Об образовании” // <http://www.mon.gov.ru>.

⁸ Щетинин В.П. Своеобразие российского рынка образовательных услуг // Мировая экономика и междунар. отношения. 1997. № 11.

⁹ Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб., 1998.

¹⁰ Попов Е.Н. Услуги образования и рынок / Рос. экон. журн. 1992. № 6.

¹¹ Панкрухин А.П. Философские аспекты маркетингового подхода к образованию // Alma Mater. 1997. № 1.

¹² Панкрухин А.П. Образовательные услуги: точка зрения маркетолога // Alma mater. 1997. № 3.

¹³ Тамбовцев В. Реформы российского образования и экономическая теория // Вопр. экономики. 2006. № 1.

¹⁴ Федеральный закон “О высшем и послевузовском профессиональном образовании” // <http://www.mon.gov.ru>.

¹⁵ Гражданский кодекс Российской Федерации // www.consultant.ru.

¹⁶ Федеральный закон “О некоммерческих организациях” от 12 янв. 1996 г. № 7-ФЗ с изм. и доп. // www.consultant.ru.

¹⁷ Федеральный закон “О высшем и послевузовском профессиональном образовании” // <http://www.mon.gov.ru>.

¹⁸ Гражданский кодекс Российской Федерации.

¹⁹ Федеральный закон Российской Федерации от 3 ноября 2006 г. № 174-ФЗ “Об автономных учреждениях” // www.garant.ru.