

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ УНИВЕРСИТЕТАМИ И ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА РЫНКЕ ЗНАНИЙ**

© 2012 Е.А. Кандрашина\*

**Ключевые слова:** рынок знаний, профессиональное образование, сотрудничество университетов и предприятий.

Теоретическое знание становится сегодня непосредственным производственным фактором. Чтобы быть в состоянии гибко реагировать на возникающие требования, университеты должны находиться в постоянном диалоге с рынком труда. В сотрудничестве между университетами и предприятиями преимущественно имеется три формы: создание платформ сотрудничества, совместная разработка учебных программ и обеспечение мобильности. Однако связи, на которых основано сотрудничество вузов и предприятий, слабы, а передовые модели сотрудничества требуют полноценного, регулярного и структурированного диалога и сотрудничества.

Классический подход к экономическому анализу обществ основывался главным образом на понятиях собственности (капитала) и труда. Именно эти атрибуты долгое время определяли положение индивида в обществе. Хотя в настоящее время указанные понятия не утратили своей важности, к ним добавился новый фактор - знания, который трансформировал как собственность, так и труд.

О том, что знания являются экономическим фактором, известно давно. Однако в последние десятилетия наблюдается тенденция качественного изменения роли знания, направленная на обретение им функции ведущего производственного фактора. Если в индустриальный период производственным фактором выступали знания, основанные на практическом опыте, то после Второй мировой войны произошел значимый сдвиг - характер производственного фактора приобрели и теоретические знания. Теоретическое знание становится сегодня непосредственным производственным фактором, о чем свидетельствует быстрое сокращение периода от совершения открытия до массового производства продукции на его основе. Индикаторами возросшей роли знания стали резкая интенсификация изобретательской деятельности, неуклонное сокращение жизненных циклов продуктов, изменение структуры занятости в пользу работников умственного труда. Экономика, в основе которой лежит такой производственный фактор, как теоретическое знание, доминирование знаний

в формировании затрат и результатов организаций, получила название постиндустриальной, или экономики знаний. Переход к ней идет разными темпами в разных странах и секторах экономики, однако общая тенденция необратима. Даже в тех секторах, где традиционная технология производства остается доминирующей, постоянное новаторство и непрекращающийся творческий процесс становятся ключевыми для обеспечения большей конкурентоспособности предприятия на жестких конкурентных рынках как внутри страны, так и на международном уровне.

Главным инструментом постиндустриальной экономики выступает рынок знаний.

Согласно высказыванию Питера Друкера, "знание - это информация, имеющая практическую ценность, служащая для получения конкретных результатов"<sup>1</sup>. Однако наиболее часто исследователями теории управления знаниями цитируется определение Томаса Дэвенпорта и Лоренса Прусака, данное ими в книге "Работающее знание": "...знания - это изменчивая смесь практического опыта, индивидуальных ценностей, контекстной информации и интуиции экспертов, создающая основу для оценки и объединения нового опыта и новой информации"<sup>2</sup>. Знания основаны на информации, но сами уже представляют собой результат обработки информации сознанием.

Наличие различных систем знаний, возможность их обмена и передачи на коммерческой или некоммерческой основе создали предпо-

\* Кандрашина Елена Александровна, доктор экономических наук, профессор Самарского государственного экономического университета. E-mail: el.ka2003@mail.ru.

сылки для развития рынка знаний. Этот рынок складывается из следующих элементов:

- ◆ институтов собственности на знания (авторское и патентное право) и системы их защиты;

- ◆ собственно рынка (рынок знаний, услуг, труда, прав);

- ◆ инфраструктуры рынка (консультационные компании, инкубаторы, инновационные зоны, технологические парки, выставки).

С точки зрения носителя знания, оно может быть определено как кодифицированное, существующее независимо от своего носителя, и неотделимое, или личностное, знание, которое существует только вместе со своим носителем.

То, что знания трудно отделить от носителя (человека или товара), вносит свою специфику в формирование рынков знаний в разнообразных сферах человеческой деятельности: в прикладной науке - в виде рынка результатов научных исследований и разработок, в образовании - в виде рынка образовательных услуг (которые, по существу, являются услугами по передаче знаний), в средствах массовой информации - в виде рынка новостной информации, в библиотечном, архивном деле - в виде рынка соответствующих услуг по хранению, поиску и предоставлению востребованной информации и др. Способы покупки и продажи знаний на этих рынках весьма разнообразны. Организация может приобретать знания как в результате найма сотрудников, обладающих знаниями и опытом, так и в процессе партнерских отношений с другой организацией, сотрудники которой обладают соответствующими знаниями и опытом.

Одна из существенных особенностей рынков знаний заключается в том, что в ряде случаев покупатель не только получает готовые знания, но и участвует в создании необходимого знания. При этом наиболее глубокое вовлечение покупателей в процесс передачи знания характерно для рынка образовательных услуг.

Программы профессионального образования должны формировать у студентов теоретические знания, которые могли бы стать непосредственным производственным фактором. В то же время нарастание скорости изменений в обществе, экономике, технологиях обуславливает быстрый рост потребности

со стороны бизнеса не просто в профессионально компетентных людях, а в профессионалах, способных быстро реагировать на меняющиеся требования рынка труда. Приоритетное значение приобретает такая компетенция, как способность самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности. Таких людей можно сформировать, только дав им высшее образование. Чтобы быть в состоянии гибко реагировать на возникающие требования, университеты должны находиться в постоянном диалоге с рынком труда. В то же время работодатели обычно не участвуют в разработке программ высшего образования. Механизмы, которые будут гарантировать соответствие высшего образования потребностям рынка труда, еще предстоит разработать.

В частности, особый интерес представляют трехсторонние контракты, в которых участвуют:

- 1) собственно покупатель знаний - студент вуза;

- 2) вуз как производитель знаний, предоставляющий услуги по их передаче;

- 3) предприятие, на которое выпускник придет после окончания вуза.

Представители бизнеса часто жалуются, что университетские программы являются слишком теоретическими, слишком академичными и недостаточно ориентированы на профессиональную практику и опыт. Они ищут выпускников с хорошими социальными компетенциями, такими как коммуникативные навыки, умение работать в команде, лидерские качества, надежность, творческий потенциал, обязательность, умение решать проблемы и вести переговоры, умение принимать решения, способность самостоятельного обучения и гибкость мышления. Более тесное сотрудничество между университетами и предприятиями может помочь студентам сформировать и развить такие компетенции.

Ключевая проблема состоит в том, что университеты и предприятия работают в обособленных областях, в каждой из которых существует собственная культура. Имеется определенное недопонимание взаимных выгод сотрудничества.

Предприятия хотят быстро добиться успеха на рынке и открыты для сотрудничества с университетами, чтобы получить доступ к своим потенциальным будущим сотрудникам. Они также интересуются ноу-хау и экспертными знаниями в области инновационной продукции и процессов.

Университеты ориентированы на долгосрочную перспективу, и их интерес в инновационном обучении и исследованиях является интересом общего характера. Университеты зачастую рассматриваются как замкнутые организации, не слишком контактирующие с внешним миром. У них не сильно развит дух предпринимательства, поскольку их институциональная среда этого не требует.

Основная движущая сила сотрудничества между университетами и предприятиями - это потребность передавать знания и технологии и потребность принимать на работу соответствующие людские ресурсы для поддержания конкурентоспособности и инновационного развития в мировой экономике. Совместное развитие образования и обучения для рынка труда, направленное на расширение возможностей трудоустройства, представляет общий интерес.

*Ориентация университетов на сотрудничество с предприятиями.* В наибольшей степени на сотрудничество с предприятиями ориентированы технические университеты. Это результат их традиционных связей в области прикладных исследований и необходимости в распределении выпускников. Классические университеты в меньшей степени ориентированы на взаимодействие с бизнес-средой. В университетах считают, что самыми подходящими и заинтересованными партнерами для сотрудничества являются компании малого и среднего бизнеса просто потому, что в промышленности в регионе доминируют именно такие предприятия. Однако действительность показывает, что фактически сотрудничество происходит с крупными компаниями, у которых уже есть доказанный опыт сотрудничества с университетами. Несмотря на стремление формализовать отношения, лучшей гарантией успеха и устойчивости проектов были и остаются личные контакты, а не институциональная политика.

*Ориентация предприятий на сотрудничество с университетами.* Предприятия

наиболее активно работают с университетами в области технических наук, бизнеса и управления, сельского хозяйства, медицины и фармацевтики. Связь в сфере исследовательской работы часто упоминается как общая область сотрудничества. В некоторых случаях частный промышленный сектор создает учебные центры в пределах региона, чтобы выйти на студентов и предложить обучающие курсы и программы в течение жизни, по окончании которых можно также будет получить диплом. Большая часть связей с предприятиями ограничена теми областями исследования, на которые есть большой спрос.

Сотрудничество между университетами и предприятиями осуществляется преимущественно в трех формах: это создание платформ сотрудничества, совместная разработка учебных программ и обеспечение мобильности.

I. Создание платформ сотрудничества университетов и предприятий.

Платформы поддержки могут создаваться в следующих формах:

- ♦ участие в правлении предприятий и университетов;
- ♦ участие в отделах по приему на работу на предприятиях;
- ♦ учреждение офисов профессиональной ориентации в университетах;
- ♦ учреждение центров передачи технологий;
- ♦ учреждение центров непрерывного обучения / обучения в течение жизни;
- ♦ создание бизнес-инкубаторов при университетах;
- ♦ создание новых совместных предприятий.

II. Совместная разработка учебных программ.

Обеспечение соответствия учебных программ потребностям рынка требует совместной работы университетов и предприятий на всех этапах их разработки:

- ♦ совместный анализ потребностей в обучении;
- ♦ совместная разработка учебных модулей;
- ♦ совместные образовательные и обучающие проекты;
- ♦ программы по развитию производственной практики.

Совместно разработанные программы позволяют улучшить возможности трудоустройства студентов.

### III. Мобильность.

Мобильность сотрудников в системе “университет - предприятия” могут обеспечить:

- ◆ обмен сотрудниками между университетами и предприятиями;
- ◆ творческий отпуск преподавателям университетов для работы на предприятиях (и наоборот);
- ◆ совместные исследования.

Изучение образцов лучшей практики в сфере сотрудничества между университетами и предприятиями в рамках проектов Tempus<sup>3</sup> показало, что связи, на которых основано сотрудничество вузов и предприятий, слабы не только в России, но и в большинстве европейских стран, а передовые модели сотрудничества требуют полноценного, регулярного и структурированного диалога и сотрудничества.

Успешное сотрудничество между профессиональным образованием и его инициативной средой должно быть взаимно выгодным. Университеты должны признать необходимость тесного взаимодействия со средой, в которой их студенты найдут работу. Предприятия должны признать выгоду такого партнерства для себя. Проектируя стратегии партнерства, университеты должны принимать во внимание этот аспект.

Что университеты могут получить от сотрудничества с предприятиями? Они могут:

- ◆ лучше адаптировать образование и исследования к фактическим потребностям общества;
- ◆ повысить практическое знание студентов о предприятиях и подготовить их к профессиональной работе;
- ◆ расширить возможности студентов в получении работы;
- ◆ привнести международное измерение в образование;
- ◆ переобучить персонал университетов и исследователей и повысить уровень преподавания в университетах за счет новых подходов к обучению;

◆ использовать физические ресурсы и экспертные знания компаний, которые являются более современными по сравнению со знаниями большинства университетов;

- ◆ получить профессиональную и финансовую поддержку и заработать дополнительный доход;
- ◆ передавать результаты фундаментальных и прикладных исследований.

Какие преимущества сотрудничества в данном случае существуют для предприятий? Они могут:

- ◆ делать эффективные инвестиции в человеческий капитал;
- ◆ оказывать влияние на приближение содержания образования и обучения к нуждам экономики через инновационные учебные программы, разработку новых исследовательских программ и продвижение создания университетских программ для новых профессий;
- ◆ повышать опыт работы студентов и принимать на работу выпускников, которые лучше адаптированы к миру труда;
- ◆ внедрять инновации в компаниях в форме новых или усовершенствованных процессов, новой продукции, новой стратегии, развития рынка и повышения конкурентоспособности;
- ◆ лучше управлять технологическими изменениями, получать информацию о последних наработках в науке и технике, получать прямой доступ к результатам исследований и превращать эти результаты в продукцию, пользующуюся спросом.

Развитие партнерства университетов с предприятиями ускоряет инновации и поддерживает процесс постоянного обогащения знаний.

<sup>1</sup> Друкер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе / под ред. В.Л. Иноземцева. М., 1999.

<sup>2</sup> Davenport T., Prusak L. Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know. Boston, 1998.

<sup>3</sup> Ашмарина С.И., Кандрашина Е.А. Концепции сотрудничества между университетами и предприятиями в рамках реализации международных проектов // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2011. □ 7 (81). С. 5-9.

Поступила в редакцию 04.07.2012 г.