

## НЕОБХОДИМОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

© 2020 С.Б. Смирнова\*

В обществе, основанном на знаниях, университеты все чаще считаются инициаторами местного развития, поскольку они могут играть ключевую роль не только в производстве знаний, но и в их распространении и использовании в коммерческих целях. Тем не менее, приверженность университетов экономическому и социальному прогрессу не должна ограничиваться капитализацией знаний, поскольку университеты могут действовать как местные агенты, которые должны наращивать предпринимательский капитал, продвигая предпринимательское мышление, действия и институты. Данный фактор считается еще более важным, поскольку наличие предпринимательских возможностей может повлиять на местное развитие в большей степени, чем, например, наличие природных или финансовых ресурсов. Таким образом, новая миссия предпринимательского университета должна быть направлена на содействие социальному развитию и экономическому росту, выходя за рамки традиционных задач исследования и преподавания. Число исследований предпринимательских университетов с годами неуклонно увеличивалось, однако ученые соглашаются с тем, что, если университет стремится развиваться в направлении предпринимательской модели, он обязательно должен радикально изменить свою стратегию. Без четко определенной стратегии университет не может внести свой вклад, соотносящийся с целями общества и экономики. В работе проанализировано развитие понятия предпринимательского университета в России и за рубежом, даны дополнения к понятию, предполагающие вовлечение студентов в деятельность университета подобного типа. Также предложен набор характеристик, позволяющих произвести оценку деятельности университета в части предпринимательской активности.

**Ключевые слова:** предпринимательский университет, экономика знаний, инновации, академическая модель, коммерциализация исследований, образовательная организация, онлайн-программы, технологии.

### **Основные положения:**

- ◆ новая миссия университета должна быть направлена на содействие социальному развитию и экономическому росту, выходя за рамки традиционных задач исследования и преподавания;
- ◆ большинство университетов находятся на этапе перехода от гумбольдтской модели (второе поколение) к модели предпринимательского университета;
- ◆ определения понятия “предпринимательский университет” имеются в большом количестве, и пока нет согласия относительно всеобъемлющей модели того, что именно он собой представляет;
- ◆ автор предлагает набор характеристик, позволяющий дать оценку предпринимательской активности университета с целью построения деятельности по пути становления университета третьего поколения.

### **Введение**

Университет - это институт с долгой историей, и на протяжении веков он прошел несколько этапов своего развития. Первоначально задуманный как учебное заведение с “миссией”, позднее университет принял функцию генерирования знаний и проведения исследований. В последние годы появилась идея, что университет берет на себя “третью миссию”, внося непосредственный вклад в

развитие общества и экономики<sup>1</sup>. В условиях пандемии меняется формат университета - новой реальностью становятся дистанционные модели обучения, требующие иной внутренней организационной структуры и подходов к обучению. Общество 5.0, основой которого являются формирование интеллектуальных систем, координация во всех сферах деятельности устойчивого развития, создание новых ценностей и услуг, также приво-

\* Смирнова Светлана Борисовна, соискатель Самарского государственного экономического университета. E-mail: smirnova\_sb@bk.ru.

дит университеты к необходимости трансформации внутренней среды, которая повлечет за собой изменения во внешней среде.

### **Методы**

В ходе исследования поставлены следующие задачи:

- ♦ проанализировать понятие “предпринимательский университет” в России и за рубежом, развитие понятия в хронологическом аспекте (для реализации задачи применены научные методы анализа и синтеза);

- ♦ сформулировать предложения по конкретизации понятия “предпринимательский университет”, применяя метод индукции;

- ♦ предложить набор характеристик, позволяющих оценить соответствие университету предпринимательского типа, применяя метод моделирования.

### **Результаты**

Более 15 лет назад Г. Ицковиц и Б. Кларк<sup>2</sup> транслировали появление в мире нового понятия - предпринимательский университет. В подобном образовательном институте возникла “третья миссия” - содействие экономическому развитию наряду с “первой миссией” - обучением и “второй миссией” - проведением фундаментальных исследований. Свое воплощение концепция нашла в таких учебных заведениях, как MIT и Stanford, для предпринимательского учреждения выявление, создание и коммерциализация интеллектуальной собственности стало институциональными целями. Такая деятельность может быть предпринята с целью улучшения региональных или национальных экономических показателей, а также финансового положения университета и его преподавательского состава<sup>3</sup>. И все же появление подобного предпринимательского типа вуза не должно было означать последнюю главу в постоянно развивающемся современном университете. За последние 15 лет физическое состояние планеты и запасы природного капитала продолжали ухудшаться, угрожая устойчивости деятельности мировой экономики. Во многих учреждениях локальные проявления глобального кризиса устойчивости вызывают отклонение от стремления к получению доходов и экономическому развитию. Появилась более широкая и более амбициозная функция<sup>4</sup> -

социальный преобразователь и один из создателей. Университеты сотрудничают с местными органами власти, промышленными и гражданскими организациями, чтобы стимулировать физическое и устойчивое преобразование определенной местности, региона или общественного подсектора с амбициями влиять на более широкое общество. Многие методы и подходы, принятые в таких партнерствах, кажутся чуть более чем акцентом на более устоявшихся парадигмах, таких как совместные исследования, трансдисциплинарность, региональное развитие и т.д. Тем не менее, то, что кажется новым в формирующейся совместной деятельности, творческая функция - это объединение различных ролей в систематический ответ на локальные проблемы устойчивости и, что наиболее важно, интеграция ценностей устойчивого развития.

Г. Ицковиц в своем исследовании<sup>5</sup> обозначает, что модель предпринимательского университета строится на четырех утверждениях, таких как взаимодействие, гибридность, обоюдность, независимость. Предпринимательский университет является открытой, независимой структурой, при этом не изолированной от общества и тесно взаимодействующей с промышленностью и правительством, обе эти цели реализуются параллельно, что приводит к снятию напряженности между принципами взаимодействия и независимости и приводит к появлению новых гибридных форм. Внутренняя структура университета находится в постоянном развитии в соответствии с различными государственными изменениями. Современный исследовательский университет представляет собой предпринимательскую академическую модель<sup>6</sup>, которая включает в себя экономическое развитие предпринимательской деятельности, научные исследования и преподавание. Университеты нередко играют основную роль в научных открытиях, в коммерциализации исследований, а также являются ключевыми участниками национальных инновационных систем.

Среди исследователей, давших предпринимательскому университету в России конкретное определение, выделяются Г.Н. Константинов и С.Р. Филонович. В своей работе они дают понятие<sup>7</sup> образовательной организации, систематически прилагающей усилия

по преодолению ограничений в сферах генерации знаний, преподавании и преобразовании знаний в практику - путем инициирования новых видов деятельности, трансформации внутренней среды и модификации взаимодействия с внешней средой. Авторы предлагают использовать матрицу, характеризующую имеющиеся в университете дефициты различного типа, для определения предпринимательских характеристик. В выводах работы авторы подчеркивают, что современный вуз должен уметь преодолевать все типы ограничений - в сфере генерации знаний, в сфере преподавания, в сфере внедрения знаний в практику. При этом, используя предложенную матрицу, университет может системно подойти к предпринимательскому типу, концентрируясь на том направлении предпринимательства, которое является приоритетным. Университеты предпринимательского типа могут стать важным элементом системы индустриального кластера.

Исследователи Е.В. Волкодавова, Т.В. Горячева, А.П. Жабин, С.В. Назаров<sup>8</sup> отмечают, что сокращение бюджетного финансирования вынуждает университеты развиваться в предпринимательском ключе, чему также способствует мониторинг эффективности вузов, в соответствии с которым ставится необходимость выполнения значений финансово-экономической деятельности вуза. В качестве эталонной модели предпринимательского университета авторы приводят создание научно-образовательных центров мирового уровня (НОЦ) в рамках национального проекта "Наука".

Предпринимательский университет в мире признан как центр инноваций<sup>9</sup>. С момента первого употребления термина понятие претерпело много изменений и дополнений, но все исследователи прежде всего приходят к выводу, что основным фактором, определяющим развитие университета предпринимательского типа, является наличие в регионе деятельности вуза предпринимательской культуры, имеющей свое отражение во всех направлениях работы образовательных организаций. Таким образом, университет изначально должен быть окружен предпринимательской средой, для того чтобы приобрести нужные компетенции для формирования модели<sup>10</sup>. Некоторые авторы считают, что уни-

верситет предпринимательского типа может считаться таковым, если на его базе выросли и получили дальнейшее успешное развитие компании.

В исследовании MIT и "Сколково" также подчеркивается формирование предпринимательской экосистемы, центром которой является предпринимательский университет, влияющий как на развитие региона, так в конечном счете и на развитие страны, кроме прочего, занимаясь наращиванием количества полученных лицензий, патентов и спин-офф компаний.

Многие исследователи приводят в качестве примера модели предпринимательского университета Массачусетский технологический институт (MIT), основанный в Бостоне в 1865 г. В данный момент институт занимает топовые позиции в мировых рейтингах университетов, являясь альма-матер 76 нобелевских лауреатов. Каждый профессор университета должен обладать предпринимательскими компетенциями, поскольку выплата зарплаты осуществляется в течение 9 месяцев из 12, в оставшиеся месяцы преподаватель должен самостоятельно определить источник финансирования своей деятельности, при этом научные исследования также не финансируются централизованно, решение данной задачи - привлечение компаний, фондов и спонсоров - возложено на руководителя научного направления. Соответственно, в подобном вузе возникает иная модель взаимоотношений между преподавателями и студентами, поскольку студент заинтересован попасть под тьюторство к тому преподавателю, который обладает наиболее выраженными предпринимательскими компетенциями и может предложить научное менторство на условиях финансовой составляющей. При этом многие исследователи приходят к выводу, что подобную модель невозможно реализовать в России в связи с большим количеством бюрократических процедур, склонности российского высшего образования к фундаментальности. Социологические исследования свидетельствуют о том, что 30% времени российский ученый уделяет научным исследованиям, 70% - научным коммуникациям.

Понимание роли современных предпринимательских университетов является необ-

ходимым условием<sup>11</sup> для оценки того, как ключевые факторы, способствующие развитию технологий, инноваций и экономического развитию, выступают в качестве агентов перемен в современном конкурентном обществе. При поддержке партнеров из государственного и частного секторов эти учебные центры создают и распространяют новые знания, организуют междисциплинарные и пограничные мероприятия и содействуют новым партнерским соглашениям. Исследователи весьма заинтересованы в стратегических механизмах этой деятельности, посредством регионального взаимодействия предпринимательские университеты способствуют переменам, которые приносят пользу всему региону. Возможности для развития предпринимательской деятельности создает человеческий капитал<sup>12</sup>: лидеры университетов в настоящее время получают более расширенные функции - помимо своих прежних задач по решению внутренних проблем, они теперь должны управлять отношениями с внешними заинтересованными сторонами в частном и государственном секторах<sup>13</sup>. Характер меж-университетской конкуренции также изменился и распространился на глобальную арену<sup>14</sup>. В условиях ограниченности ресурсов университеты должны продолжать искать новые способы доказательства своей ценности для общества и своего права на доступные ресурсы. Также к числу вызовов, стоящих перед современным университетом, можно отнести: включение предпринимательства в учебную программу университета, развитие навыков студентов для глобального рынка, "масовость" высшего образования и управления ей, в том числе благодаря недавней тенденции внедрения онлайн-программ (МООС), внешних ожиданий для руководства по социальным и экономическим вопросам и внутренних требований к финансированию и автономии. Таким образом, университеты сталкиваются как с новыми проблемами, так и со старыми, с новыми уровнями важности. Выживание и будущее развитие будут зависеть от того, насколько хорошо университеты адаптируются к непредсказуемым условиям, которые становятся глобальными, а не локальными, международными, а не внутренними. Предпринимательские навыки отдельных сотрудников университетов<sup>15</sup> могут быть все более

необходимыми для развития в таких условиях, наряду с адаптивностью и гибкостью, сильным лидерством и средой, благоприятствующей предпринимательским процессам.

Среди ключевых стратегических вызовов предпринимательского университета можно выделить внешние факторы, внутренние факторы, публикационную активность, преподавание предпринимательских компетенций, поиск предпринимательских путей.

В качестве успешного примера предпринимательского университета исследователи также приводят Стэнфордский университет, называя его образцом для подражания для университетов с предпринимательскими устремлениями. Учреждение было основано на ранчо крупного рогатого скота и пронизано не только научными, но и предпринимательскими целями. Находясь в сельскохозяйственном регионе, Стэнфорд извлек выгоду из промышленных заинтересованных сторон, которые внесли свой вклад в его техническое развитие. В свою очередь, университет сыграл ключевую роль в промышленном развитии региона. На международном уровне развитие предпринимательских амбиций университетов стало центром внимания в академической и правительственной политике. Когда университет оказался в состоянии бездействия, вызванного предыдущими успехами, исследователи доказывают, что Стэнфорд принял инициативы снизу вверх, чтобы реализовать свой "парадокс успеха". Для университетов, рассматривающих возможность перехода к предпринимательскому мышлению, опыт и модель Стэнфорда, развивавшиеся с момента основания учреждения, могут быть полезными.

В исследованиях некоторых ученых<sup>16</sup> рассматривается недостаточно изученная тема о том, как университеты с предпринимательским профилем в развивающихся странах используют свою роль в качестве агентов изменений для обеспечения устойчивого регионального экономического развития. Регионы с неблагоприятной экологической, социально-экономической обстановкой могут побудить университеты принять концепцию устойчивого развития, которая затем приведет к институциональным изменениям. Это исследование индуктивно изучает, как бизнес-школа в северной Индии принимает видение

устойчивого развития и стремится внедрить его в своем окружении. Качественное исследование и многочисленные наблюдения многих сложных процессов позволяют строить теории. Исследователи определяют, как такие факторы, как лидерство в кампусе, целостное обучение, участие студентов и исследовательские программы, могут в краткосрочной перспективе создать значительные локальные эффекты. Тем не менее, трудно добиться какого-либо устойчивого воздействия значительной доли на местную окружающую среду. Университеты через образование и информационно-пропагандистскую деятельность могут стать участниками устойчивых изменений.

Многие исследователи в области образования уделяют все большее внимание изучению университетов как акторов, способных оказывать ощутимое воздействие на социально-экономическое развитие<sup>17</sup>. Как правило, социально-экономические эффекты, создаваемые организациями высшего образования, оказываются сосредоточенными в населенных пунктах и регионах, где они находятся. Вклад, который университеты вносят в социально-экономическое развитие, может быть обусловлен деятельностью и способами взаимодействия университета с его окружающей средой, которые можно охарактеризовать как пассивно вовлеченные или активно вовлеченные (основанные на мотивированной инициативе) по своей природе. Существует единое мнение о том, что “пассивные” вклады должны рассматриваться как вклады, связанные с самим фактом присутствия университета на данной территории в качестве одного из многих других экономических субъектов и которые не вытекают из каких-либо конкретных программ или мер развития, которые образовательное учреждение может намеренно преследовать. “Пассивные” эффекты, которые изучаются в рамках традиционного экономического подхода к оценке университетского воздействия<sup>18</sup>, вызваны регулярной экономической деятельностью университетов, такой как выплата зарплаты сотрудникам университета, приобретение определенных товаров и услуг, налоги для региона и т.д., которые составляют совокупный спрос региона. И наоборот, “активные” эффекты высшего учебного заведения проявляются, когда уни-

верситет предпринимает мотивированную инициативу для реализации различных планов действий и способов сотрудничества с многочисленными региональными заинтересованными сторонами на разных уровнях в стремлении внести целевой вклад в развитие и решение конкретных проблем региона. Такая университетская деятельность может включать, к примеру, передачу технологий, выделение академических ресурсов, содействие предпринимательству<sup>19</sup>. То, как университеты способствуют социально-экономическому развитию своего региона, всегда продукт осознанного принятия решений со стороны академического руководства, следовательно, важно изучить факторы, которые определяют, насколько активно и эффективно университетские системы могут участвовать в укреплении обстановки региона, т.е. насколько успешно высшие учебные заведения могут выполнять свои “третьи миссии”.

Определений понятия “предпринимательский университет” большое количество, и пока нет согласия относительно всеобъемлющей модели того, что именно он собой представляет<sup>20</sup>. На самом деле, существует высокая неоднородность от одного случая к другому. Причина в том, что такие переменные, как история, традиции, ресурсы и организационная структура университета, помимо характеристик социально-экономической системы, оказывают большое влияние на его отношение к внешним партнерам и на его способность играть ключевую роль в стимулировании местного развития, соответственно, не существует типичного способа стать предпринимательским университетом<sup>21</sup>.

### **Обсуждение**

Развитие предпринимательского университета может быть определено как тройная стратегия, включающая в себя введение основанного на проекте обучения на основе опыта в образовательный процесс, финансирование исследований с перспективой дальнейшего перехода на самокупаемость и развитие на втором плане государственных и частных партнеров, выделяющих ресурсы для решения академических проблем<sup>22</sup>.

Основываясь на своих исследованиях, Б. Кларк<sup>23</sup> выделил 5 элементов, которые характеризуют предпринимательские изменения:

- 1) усиленное административное ядро;
- 2) расширенная периферия развития, которая выходит за традиционные рамки: границы университетов включают проектные офисы, промышленные связи, а также междисциплинарные исследовательские центры в более гибких организационных условиях;
- 3) диверсифицированная база финансирования;
- 4) мотивированный академический центр;
- 5) интегрированная предпринимательская культура.

Принимая во внимание значительный вклад, внесенный исследователями понятия “предпринимательский университет”, существует необходимость его уточнения в части конкретизации внутренней предпринимательской культуры, в которую вовлечены студенты, а также структуры взаимодействия с внешней средой, к которой можно отнести индустриальных партнеров, федеральные и региональные органы исполнительной власти.

### **Заключение**

Обобщая теоретическую базу исследований авторов о характеристиках и сущности предпринимательского университета, можно предложить набор характеристик, позволяющий дать оценку предпринимательской активности университета:

♦ объем хоздоговорных работ, выполняемых под заказ индустриальных партнеров. По данным исследования АО “Российская венчурная компания”<sup>24</sup>, в среднем внебюджетные НИОКР составляют 420 тыс. руб. в расчете на 1 НПР, в данном случае к предпринимательским можно отнести университеты, у которых указанная характеристика превышает 1 млн руб. в расчете на 1 НПР (Национальный исследовательский ядерный университет “МИФИ”, университет ИТМО и др.);

♦ наличие дисциплин, связанных с формированием предпринимательского мышления студентов всех направлений подготовки и специальностей. Стартапы выпускников университетов вносят позитивный вклад в экономику страны, генерируя получение дохода и создание рабочих мест. В подобном вкладе существенна роль университетов, поскольку они должны не только побуждать студентов становиться предпринимателями, но и оказывать помощь и наставничество творчес-

ким студентам. Широко признан факт возможности обучения предпринимательским компетенциям, поэтому большинство университетов вкладывают значительные средства в обучение предпринимательству<sup>25</sup>;

♦ количество стартапов, основанных выпускниками вуза. По данным рейтинга предпринимательских университетов, ежегодно формируемого аналитическим центром “Эксперт”, в вузах-лидерах рейтинга (первые 10) насчитывается от 80 стартапов;

♦ количество рабочих мест, созданных малыми инновационными предприятиями, действующими при вузе. Вузы-лидеры инновационного развития демонстрируют более 10 ставок на 1000 обучающихся;

♦ наличие междисциплинарных исследовательских проектов;

♦ наличие организационной структуры, способствующей преодолению барьеров при коммерциализации инноваций - бизнес-инкубатор, центр поддержки проектов, собственные программы акселерации;

♦ участие университета в разработке и реализации стратегии развития региона;

♦ доля преподавателей, имеющих опыт коммерциализации исследований. Стэнфордский университет, являющийся, по мнению экспертов, существующей моделью предпринимательского университета, имеет значение по данному показателю 100%, что связано с иной моделью образовательной деятельности и соотношением “студент - преподаватель” 1:4. Принимая во внимание иную модель деятельности вузов России, данный показатель может составлять от 15%, при этом в его расчет включены преподаватели, являющиеся исполнителями по НИОКР, выполняемым под заказ индустриальных партнеров.

Численно анализируя предложенные характеристики, руководство университета имеет возможность получения количественной оценки предпринимательской активности возглавляемого учебного заведения. Построение трендов из полученных значений может стать вектором развития вуза по пути становления университета предпринимательского типа.

<sup>1</sup> *Вуссема Й.Г.* Университет третьего поколения. Москва : Олимп-Бизнес, 2016.

<sup>2</sup> *Clark B.* Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation. Oxford : IAU Press and Pergamon, 1998.

- <sup>3</sup> Beyond the Third Mission: Exploring the Emerging University Function of Co-creation for Sustainability / G. Trencher, M. Yarime, K. McCormick, C. Doll, S. Kraines, A. Kharrazi // *Science and Public Policy*. 2014. No. 41 (2). P. 151-179.
- <sup>4</sup> Mero T. Town and Gown Unite // *Sustainability*. 2011. No. 4/4. P. 169-173.
- <sup>5</sup> Ицкович Г. Волна предпринимательских университетов. От самых истоков к двигателю глобальной экономики // *Инновации*. 2014. № 8. С. 5-13.
- <sup>6</sup> Etzkowitz H. Research groups as quasi-firms: the invention of the entrepreneurial university // *Research Policy*. 2003. No. 32. P. 109-110.
- <sup>7</sup> Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Что такое предпринимательский университет // *Вопросы образования*. 2007. № 1. С. 49-62.
- <sup>8</sup> Entrepreneurial university as an element of the National Innovation System / E. Volkodavova, T. Goryacheva, A. Zhabin, S. Nazarov // *Espacios*. 2019. Vol. 40, No. 19. P. 30.
- <sup>9</sup> Алиева М.З., Гафурова У.Ш. Проблемы российской высших учебных заведений на пути к предпринимательским университетам // *Проблемы, перспективы и направления инновационного развития науки: сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф.* 2018. С. 119-122.
- <sup>10</sup> Предпринимательское образование в университетах страны: масштабы, виды программ, баланс компетенций / А.К. Ключев, А.П. Багирова, А.А. Яшин, Л.Д. Забокрицкая // *Современная конкуренция*. 2017. Т. 11, № 1 (61). С. 6-20.
- <sup>11</sup> The entrepreneurial university as driver for economic growth and social change - Key strategic challenges / M. Klofsten, A. Fayolle, M. Guerreroc, S. Miand, D. Urbanoe, M. Wright // *Technological Forecasting & Social Change*. 2019. No. 141. P. 149-158
- <sup>12</sup> Павлова А.В., Ашмарина С.И. К вопросу об актуальных, нарастающих и ниспадающих рисках предпринимательской деятельности // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. 2019. № 12 (182). С. 67-82.
- <sup>13</sup> Etzkowitz H. The entrepreneurial university: vision and metrics // *Indian Journal of Higher Education*. 2016. No. 30 (2). P. 83-97.
- <sup>14</sup> Bouncken R.B. University coworking-spaces: mechanisms, examples, and suggestions for entrepreneurial universities // *International Journal of Technology Management*. 2018. No. 77 (1-3). P. 38-56.
- <sup>15</sup> Aparicio S., Urbano D., Audretsch D. Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: panel data evidence // *Technical Forecasting and Social Change*. 2016. Vol. 102. P. 45-61.
- <sup>16</sup> Tornatzky L., Rideout E. Innovation U 2.0: Reinventing University Roles in Knowledge Economy. North Carolina : Southern Technology Council, 2014.
- <sup>17</sup> Egorov A., Leshukov O., Froumin I. "Regional flagship" university model in Russia: searching for the third mission incentives // *Tertiary Education and Management*. 2019. P. 1-14.
- <sup>18</sup> Elliott D.S., Levin S.L., Meisel J.B. Measuring the economic impact of institutions of higher education // *Research in Higher Education*. 1988. No. 28 (1). P. 17-33.
- <sup>19</sup> Goldstein H.A., Maier G., Luger M.I. The university as an instrument for economic and business development: U.S. and European comparisons. In *Emerging patterns of social demand and university reform: Through a glass darkly*. Oxford : Pergamon, 1995. P. 105-133.
- <sup>20</sup> Urbano D., Guerrero M. Entrepreneurial universities: socioeconomic impacts of academic entrepreneurship in a European region // *Journal of Development Economics*. 2013. Vol. 27 (1). P. 40-55.
- <sup>21</sup> Martinelli A., Meyer M., Von Tunzelmann N. Becoming an entrepreneurial university? A case study of knowledge exchange relationships and faculty attitudes in a medium-sized, research-oriented university // *The Journal of Technology Transfer*. 2008. No. 33 (3). P. 259-283.
- <sup>22</sup> Entrepreneurial university dynamics: Structured ambivalence, relative deprivation and institution-formation in the Stanford innovation system / H. Etzkowitz, E. Germain-Alamartine, J. Keel, C. Kumarc, K.N. Smith, E. Albats // *Technological Forecasting & Social Change*. 2019. No. 141. P. 159-171.
- <sup>23</sup> Clark B.R. Sustaining change in universities: Continuities in case studies and concepts. Maidenhead : Society for Research into Higher Education & Open University Press, 2004.
- <sup>24</sup> Мониторинг эффективности инновационной деятельности университетов России. АО "РВК", Университет ИТМО, 2016.
- <sup>25</sup> Talat Islam. Cultivating Entrepreneurs: Role of the University Environment, Locus of Control and Self-efficacy // *Procedia Computer Science*. 2019. No. 158. P. 642-647.

*Поступила в редакцию 30.03.2020 г.*

## NECESSITY AND ECONOMIC ESSENCE OF AN ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY

© 2020 S.B. Smirnova\*

In a knowledge-based society, universities are increasingly seen as initiators of local development, as they can play a key role not only in the production of knowledge, but also in its dissemination and use for commercial purposes. However, universities' commitment to economic and social progress should not be limited to capitalizing on knowledge, since universities can act as local agents that must build entrepreneurial capital by promoting entrepreneurial thinking, actions, and institutions. This factor is considered even more important, since the availability of entrepreneurial opportunities can affect local development to a greater extent than, for example, the availability of natural or financial resources. Thus, the new mission of the entrepreneurial university should be aimed at promoting social development and economic growth, going beyond the traditional tasks of research and teaching. The number of studies of entrepreneurial universities has steadily increased over the years, but scientists agree that if a university is to be developed in the direction of an entrepreneurial model, it must radically change its strategy. Without a clearly defined strategy, a university cannot make a contribution that is relevant to the goals of society and the economy. The paper analyzes the development of the concept of an entrepreneurial university in Russia and abroad, and provides additions to the concept that involve students in the activities of a university of this type. We also offer a set of characteristics that allow us to evaluate the university's activity in terms of business activity.

**Keywords:** entrepreneurial university, knowledge economy, innovation, academic model, commercialization of research, educational organization, online programs, technologies.

### **Highlights:**

- ◆ the new mission of the university should be aimed at promoting social development and economic growth, going beyond the traditional tasks of research and teaching;
- ◆ most universities are at the stage of transition from the Humboldt model (second generation) to the entrepreneurial university model;
- ◆ definitions of the concept of "entrepreneurial university" are plentiful, and there is no agreement on a comprehensive model of what it is exactly;
- ◆ the author offers a set of characteristics that allows us to assess the entrepreneurial activity of the university in order to build activities on the way to becoming a third-generation university.

---

\* Svetlana B. Smirnova, Applicant of the Samara State University of Economics. E-mail: smirnova\_sb@bk.ru.

*Received for publication on 30.03.2020*