
Статья поступила в редакцию 23.04.07

Г.Н. Константинов, С.Р. Филонович

ЧТО ТАКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

В статье обсуждается концепция предпринимательского университета как института, способного справиться с проблемами современного высшего образования, обусловленными переходом к «обществу знания». Авторы дают определение предпринимательского университета и предлагают матрицу, позволяющую оценивать уровень предпринимательской активности университета и осуществлять стратегическое планирование его деятельности. Показано, какую роль предпринимательские университеты могут играть в индустриальных кластерах и какое значение для их развития имеет формирование социальных сетей выпускников.

Аннотация

По мере развития общества меняется отношение людей к его основным институтам. Однако скорость этих изменений применительно к разным институтам существенно варьируется. Институты бизнеса преобразуются, вероятно, быстрее всего. Такой институт, как церковь, очень медленно. Что касается системы образования, то в целом она весьма консервативна, а ее подсистема — университеты — особенно. Это объясняется многими причинами, главная из которых заключается в привычке людей воспроизводить тот способ передачи знаний, посредством которого знания получили они сами.

Введение

Однако через систему университетов проходит наиболее активная часть каждого нового поколения, поэтому возникает известный парадокс: потенциально инновационная часть социума готовится к трудовой жизни на основе устаревших, консервативных методов. При этом часть образовательного сообщества (как правило, составляющая большинство) приводит веские доводы о необходимости сохранения традиций в этой области, опасности резких изменений и пр.

Однако в недрах любого профессионального сообщества обычно вызывает недовольство сложившимся положением дел, и радикальная часть этого сообщества инициирует дискуссию, направленную на реформирование системы. Примеров подобного рода можно привести множество. Один из наиболее ярких — разработка системы альтернативных методов разрешения конфлик-

тов в США, осуществленная по инициативе гуманистически ориентированных юристов, осознавших, что сложная и медленная судебная система слишком дорого обходится обществу. В итоге были внесены изменения в законодательство, а также возникли профессиональные ассоциации (например, Американская ассоциация посредников — American Mediation Association), что позволило обществу резко уменьшить издержки на управление серьезными конфликтами в сфере трудовых отношений, экологии и пр. Заметим, однако, что в данном случае была выстроена система, дополняющая уже существующую. Вряд ли это возможно в отношении преобразования системы образования. Здесь необходимо преобразование изнутри.

Проблемы современных университетов

На наш взгляд, существует несколько серьезных проблем, стоящих перед современными университетами и заставляющих переосмысливать их миссию.

Первая проблема состоит в «массовизации» университетского образования. В конце XVIII — начале XIX в. при формировании современной модели университета высшее образование охватывало незначительную часть социума, и обладание им представляло скорее исключение, чем правило. В этих условиях было возможно предъявление жестких требований при поступлении в университет (например, знания латыни и греческого) и поддержание высокого уровня преподавания, рассчитанного на подготовленную и достаточно однородную по своему интеллектуальному потенциалу аудиторию. При переходе к массовому высшему образованию ситуация меняется. В частности, растет дисперсия в уровне подготовки поступающих и мотивации обучающихся, не говоря уже об их уровне культурного и интеллектуального развития. Многие современные университеты «решают» эту проблему путем снижения требований как «на входе» в университет, так и в процессе обучения; кроме того, они вынуждены осуществлять процесс выравнивания подготовки студентов, тем самым отчасти выполняя ту роль, которую ранее играла средняя школа [4].

Со времени создания В. Гумбольдтом современной модели университета его основными функциями считались генерация и распространение знаний. Однако характер знаний, востребованных обществом, постепенно менялся. Модель современного университета формировалась в период бурного развития естествознания, когда открытия в области физики, химии и других точных наук преобразовывали жизнь человека. В формировавшихся тогда университетах шла борьба, связанная с переносом акцента в образовании на изучение «позитивных» наук (см., например, [26]). Для индустриальной эпохи такое развитие событий было вполне естественным. Однако индустриальная эпоха закончилась. Мы переходим к «обществу знания». О каком знании идет речь? Вновь о естественно-научном? Вряд ли. Общество знания прогрессирует за счет приращения социального знания, которое по природе своей

не может быть эксклюзивным и необходимо буквально каждому члену общества. Более того, генерация знания в этих условиях перестает быть занятием исключительно ученых: социальное знание рождается, например, в бизнесе, когда происходит осмысление поведения потребителей. Таким образом, требуется переосмысление того, какие знания должен генерировать и распространять университет. Изменение природы этого знания требует ревизии и методов его распространения. В нашей предыдущей работе [1] мы описали навык интеллектуального предпринимательства, развитие которого может рассматриваться как важнейшая задача образования будущего.

В индустриальную эпоху, когда основой экономики были материальные активы и финансовый капитал, практически ориентированное знание генерировалось преимущественно в «башнях из слоновой кости», т.е. университетах. Ученые в обмен на сносные условия существования и относительно высокий социальный статус проводили исследования, результатом которых оказывалось знание, практически мгновенно превращавшееся в общественное благо. Лишь к концу индустриальной эпохи сформировались понятия интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала. При переходе к новой экономике, в которой знание становится главным источником конкурентных преимуществ и двигателем развития экономики, возникает проблема: как долго будет сохраняться ситуация, когда обладатели финансового капитала получают львиную долю прибыли, порожденной применением знаний, к генерации которых они не имеют непосредственного отношения? До каких пор университетские преподаватели, генерирующие и распространяющие знание, будут получать вознаграждение, существенно меньшее, чем их ученики, применяющие это знание в бизнесе? Столь ли очевидно, что все знание, рожденное в университете, должно быть общественным благом? Ответы на все эти вопросы весьма затруднительны, и одна из важнейших сложностей здесь состоит в том, что система понятий, описывающих формы и условия обмена в обществе, рождена в индустриальную эпоху и плохо приспособлена к описанию процессов, протекающих в обществе знания. Именно отсюда вытекают попытки расширить понятие капитала, добавив к финансовой и интеллектуальной форме капитала понятие «социальный капитал» ([17], [11]).

Наконец, еще одна проблема, стоящая перед современными университетами, заключается во все расширяющемся «разрыве» между культурами. Если в начале 1960-х годов широкую дискуссию практически во всех развитых странах породила публикация доклада Ч.П. Сноу «Две культуры», в котором подчеркивалась опасность взаимной неприязни представителей гуманитарной и естественно-научной культур, то теперь возникает потребность в работе, которую можно было бы назвать «Три культуры». К описанному Сноу противостоянию между гуманитарной и естественно-научной культурами добавилось враждебное непонимание пред-

ставителями этих культур сформировавшейся бизнес-культуры. Заметим, что само название «университет» подразумевает некое единство, целостность человеческого знания и культуры. Какую роль в этой связи должен играть университет в преодолении этого поистине цивилизационного разрыва между культурами?

На наш взгляд, одной из важных идей относительно преобразования современного университета, направленного на обеспечение лучшего соответствия результатов его деятельности требованиям времени, стала концепция предпринимательского университета. Этой теме посвящено уже множество статей и книг (см., в частности, [9], [10], [18], [22], [27]). Однако анализ этой литературы порождает странное ощущение: авторы очень разнятся в своей интерпретации понятия «предпринимательский университет». Под этим термином понимают высшее учебное заведение, способное привлечь дополнительные финансовые ресурсы для обеспечения своей деятельности, университет, использующий инновационные методы обучения, вуз, тесно взаимодействующий с промышленностью, где внедряются разработки университетских ученых. Этот разноречивый затрудняет операционализацию понятия «предпринимательский университет» и приводит к тому, что многие университеты в целях саморекламы объявляют себя предпринимательскими без достаточного, на наш взгляд, основания. В настоящей статье на основе четкого определения понятия «предпринимательский университет» предлагается схема для анализа степени предпринимательской активности в высших учебных заведениях, которая, на наш взгляд, облегчает стратегическое планирование их деятельности.

Об определении понятия «предпринимательство»

Термин «предпринимательство», введенный в научный оборот Й.Шумпетером, пытались определить самыми разными способами. Такие черты предпринимательства, как изобретательность, настойчивость в достижении целей, готовность рисковать, стали практически общепринятыми. Со времени публикации знаменитой работы Шумпетера «Теория экономического развития» (1911) были написаны сотни статей и книг, посвященных феномену предпринимательства. Здесь не место анализировать и сравнивать различные формулировки и определения того, что такое предпринимательство. Для этого можно обратиться к соответствующим обзорам (см., например, [21], [28]).

На наш взгляд, наиболее емкую формулировку предпринимательства дал профессор Гарвардской школы бизнеса Говард Стивенсон: **«Предпринимательство — это поиски возможностей за пределами контролируемых на данный момент ресурсов»¹.**

¹ «Entrepreneurship is a pursuit of an opportunity beyond the resources currently controlled» — Howard Stevenson. Укажем лишь важнейшие из многочисленных публикаций Стивенсона на эту тему: [23], [24], [25].



Для того чтобы осуществлять подобные поиски, необходимо обладать всеми перечисленными выше качествами. Это определение особенно хорошо тем, что оно не ограничено сферой бизнеса: по Стивенсону предпринимательство возможно практически во всех сферах человеческой деятельности.

Впоследствии определение Стивенсона было поставлено в более широкий контекст Р. Червитцем, который предложил концепцию интеллектуального предпринимательства ([7], [8]). Червиц писал, что «создание материального богатства представляет собой лишь одно из проявлений предпринимательства. Предпринимательство — это не бизнес. Это установка на овладение миром — это процесс культурной инновации» [7]. Это очень точное замечание. Понимать его нужно в том смысле, что предпринимательство может реализовываться во всех трех культурах: гуманитарной, естественно-научной и деловой. Отметим, что такое понимание предпринимательства позволяет установить связь между этим понятием и понятием креативности. Это, в свою очередь, связывает проблему построения предпринимательского университета с развитием креативного класса, ярко описанного Р. Флоридой (см. [3]).

Понятие «предпринимательский университет» используется во множестве работ, опубликованных с середины 1990-х годов. Однако четкое определение этого понятия до сих пор отсутствует. Большинство авторов просто описывают характеристики предпринимательского университета, например, так, как это сделано в работе Ропке [19]. Автор выдвигает следующие требования к университетам, претендующим на то, чтобы называться предпринимательскими:

- университет должен демонстрировать предпринимательское поведение как организация;
- члены университета — преподаватели, студенты, сотрудники — должны быть предпринимателями;
- взаимодействие между университетом и окружающей средой должно приводить к «структурному сопряжению» университета и региона.

Б. Кларк, один из самых известных разработчиков рассматриваемой концепции, считает, что основным признаком предпринимательского университета является отсутствие боязни коммерциализовать генерацию и распространение знаний. По его мнению [9], члены такого университета не видят в коммерциализации опасности для академических традиций и качества образования. Такой подход в неявном виде предполагает диверсификацию источников финансирования университета. Кларк подчеркивает, что важным условием эффективного функционирования предпринимательского университета является такой стиль управления, который обеспечивает гибкость и стратегическое взаимодействие с внешней средой.

Характеристики
предпринимательского
университета

Нельзя сказать, что описанные характеристики не отражают важных элементов того, что можно назвать предпринимательским университетом. Однако сведение этого понятия лишь к коммерциализации или той или иной форме традиционно понимаемого предпринимательства, по нашему мнению, сужает проблему, и это не позволяет указать пути преодоления трудностей высшего образования, описанных выше². Поэтому нам представляется целесообразным еще раз вернуться к определению понятия «предпринимательский университет».

К определению
понятия
«предпринимательский
университет»

Воспользуемся определением предпринимательства, данным Г. Стивенсоном, и рассмотрим на его основе общий предпринимательский потенциал университета. Для решения основных задач университету необходимы ресурсы. Ограниченность ресурсов естественным образом лимитирует возможности решения основных задач университета. Используя определение Стивенсона, можно сказать, что предпринимательский университет постоянно ищет возможности преодолеть эти ограничения.

Принимая во внимание то, какие именно сферы деятельности являются ключевыми для высшего учебного заведения, можно сказать, что университет, желающий называться предпринимательским, должен преодолевать ограничения в трех сферах:

- генерации знаний, постоянно работая над созданием новых исследовательских методов и изучением новых областей знания или новых проблем в уже известных областях;
- преподавания, развивая инновационные методы обучения и модифицируя содержание обучения путем отражения в нем новейших достижений науки и практики;
- внедрения знаний в практику с помощью различных видов взаимодействия с внешней средой.

Отметим, что считаем неправомерным преувеличивать значение какой-либо из этих сфер в ущерб другим. Такое преувеличение в долгосрочной перспективе неизбежно приведет к возникновению серьезных трудностей. Так, например, пренебрежение инновациями в образовании при концентрации на исследовательской деятельности может привести к истощению важного ресурса: сократится приток молодых талантливых исследователей, воспитанников данной научной школы. Избыточный акцент на преподавании в ущерб исследованиям приводит к снижению квалификации преподавателей. Отсутствие постоянного контакта с практикой связано с риском «схоластизации» исследований,

² Обращим внимание на интересный обзор [15], в котором рассмотрены внешние факторы, требующие от университетов существенной трансформации, и дан анализ предложений в отношении этой трансформации. Однако обсуждаемая в этой работе модель предпринимательского университета не обеспечивает системности анализа, поэтому многие вопросы, поднятые в начале обзора, в конечном счете остаются без ответа.

превращения их в самоцель. Последствия отсутствия связи с практикой для преподавания очевидны.

Таким образом, можно сформулировать следующее определение предпринимательского университета:

«Предпринимательский университет — это высшее учебное заведение, которое систематически прилагает усилия по преодолению ограничений в трех сферах — генерации знаний, преподавании и преобразовании знаний в практику — путем инициирования новых видов деятельности, трансформации внутренней среды и модификации взаимодействия с внешней средой».

Ограничения во всех трех указанных сферах всегда сопряжены с дефицитом основных видов ресурсов, а именно: финансовых, информационных и человеческих. Привлечение этих ресурсов часто воспринимается как основной признак предпринимательства, однако, по нашему мнению, это представление ошибочно, поскольку поиск ресурсов вторичен по отношению к преодолению ограничений в трех указанных выше сферах. Тем не менее без разрешения проблемы ресурсов предпринимательская деятельность университета невозможна, поэтому здесь приходится прикладывать весьма серьезные усилия. Традиционные университеты, как правило, рассматривают ресурсную проблему как задачу, которую должны решать не они, а среда, в которой они функционируют. Парадоксально, но когда среда действительно берет на себя решение этой проблемы, предпринимательский потенциал университетов лишь снижается.

Важно подчеркнуть, что проблема ресурсов связана с необходимостью серьезных преобразований во внутренней среде университета, в частности изменения его корпоративной культуры, а также преодоления тенденции к изоляции от внешней среды, построения «башни из слоновой кости».

В целом проблему предпринимательства в деятельности университета можно схематически представить в виде матрицы (табл. 1).

С помощью данной матрицы можно зафиксировать те области, в которых университет концентрирует предпринимательскую активность. Исследование реальной практики университетов может содействовать выработке общих подходов к развитию предпринимательства в их деятельности.

Среди отмеченных выше проблем университетского образования одной из самых трудноразрешимых является преодоление разрыва между тремя культурами: гуманитарной, естественно-научной и деловой. Представляется, что предпринимательский университет может сыграть важную роль в решении этой проблемы путем модернизации как содержания, так и методов преподавания. Проблема здесь нам видится в том, что специализация при обучении в вузе происходит слишком рано и студенты лишаются возможности освоить языки трех разных культур.

Забытая роль
университета



Таблица 1.

Матрица предпринимательской деятельности университета

Истинное предпринимательство	Преодоление ресурсных ограничений	Преодоление дефицита человеческих ресурсов	Преодоление дефицита финансовых ресурсов	Преодоление дефицита информационных ресурсов
	Преодоление ограничений в сфере генерации знаний			
	Преодоление ограничений в сфере преподавания			
	Преодоление ограничений в сфере внедрений знаний в практику			

В частности, естественно-научное образование практически полностью игнорирует эмоциональную сферу и, за редким исключением, оторвано от социальных процессов, протекающих в обществе. Будущие ученые и инженеры не понимают механизмов преобразования научных идей и открытий в продукты и услуги, производство которых лежит в основе бизнеса. Фактически современное образование способствует формированию культурного снобизма.

Что можно предпринять в связи с этой проблемой? На уровне исследований давно используются такие формы организации деятельности, как междисциплинарные группы, центры и сети. Можно использовать опыт такого рода для организации учебного процесса, в рамках которого студенты, представляющие три культуры, выполняли бы совместные проекты, осваивая системы понятий, язык и ментальность, свойственную представителям других культур. На наш взгляд, преодоление дисциплинарной ограниченности учебного процесса может сделать преподавание более привлекательной сферой деятельности для креативных людей, в настоящее время пугающихся рутины преподавания.

Что мешает реализовать эту идею? Прежде всего современная структура университета. Деление на кафедры, определение нагрузки преподавателей и распределение финансирования— все это проблемы, с которыми немедленно столкнутся инноваторы, пытающиеся воплотить на практике идею университета как универсума знаний. В России такой подход осложнен также жесткой системой стандартов высшего профессионального образования. Заметим, что «компетентностный подход», с помощью которого сейчас пытаются усовершенствовать стандарты высшего образования, здесь не поможет: для этого он слишком прагматичен.



Исследуя тенденции в изменении конкуренции на современных рынках в условиях экономической глобализации, Майкл Портер указал на своего рода парадокс [2]. С развитием глобализации, ростом масштабов в мировом разделении труда, формированием глобальных корпораций, имеющих бюджеты, сравнимые с бюджетами отдельных стран, некоторые локальные факторы не только не утратили своей значимости, но и стали более существенными для анализа конкурентной среды. Критическая масса сконцентрированных в одном регионе компаний создает именно им особые условия, позволяющие добиваться конкурентного успеха. Парадокс заключается в том, что в глобальном мире конкуренция все больше зависит от локальных характеристик территорий, таких, как знания, связи, мотивация, присущих именно этим территориям.

Местоположение всегда играло важную роль в конкуренции, но в последнее время эта роль резко изменилась — концентрация компаний, обслуживающих институтов и университетов на небольшой территории стала важным фактором достижения конкурентных преимуществ прежде всего в сфере генерации инноваций. Формирование территорий, где сконцентрированы большие предпринимательские силы в том или ином направлении бизнеса, преобразило глобальный бизнес-ландшафт. Появились специализированные территории, где формируется большое число более успешных компаний. Примерами могут служить Голливуд в сфере развлечений, Силиконовая долина в сфере информационных технологий, обувной кластер в Ломбардии (Италия) и др.

Индустриальный кластер — это интегрированная система взаимодействующих компаний различных отраслей, обслуживающих институтов и университетов, поддерживающих друг друга в процессах совершенствования продукции, внедрения инноваций и глобальной конкуренции путем развития кооперации между компаниями и организациями, формирующими такую социальноэкономическую среду, которая позволяет добиваться больших успехов в глобальной конкуренции.

Обычно одна или несколько компаний, непосредственно конкурирующие на глобальном рынке, играют в кластере лидирующую роль. Вокруг них концентрируются компании — поставщики сырья, компонентов, услуг. Все они взаимодействуют с предприятиями инфраструктуры, учебными и научными заведениями. Такая система образует кластер. Важнейшую роль в кластерах играют сетевые институты, обеспечивающие взаимодействие предприятий между собой. Можно выделить три типа кластеров. Первый тип — это простой кластер, в котором лидирующая компания производит один продукт и конкурирует на различных территориальных рынках в рамках одной отрасли. Другой тип — многоотраслевой кластер. Такой тип кластера возникает в том случае, когда стратегия лидирующей компании ориентирована на диверсификацию продукта. В этом случае компания конкурирует не только на различных территориальных, но и на различ-

Роль предпринимательского университета в составе индустриальных кластеров

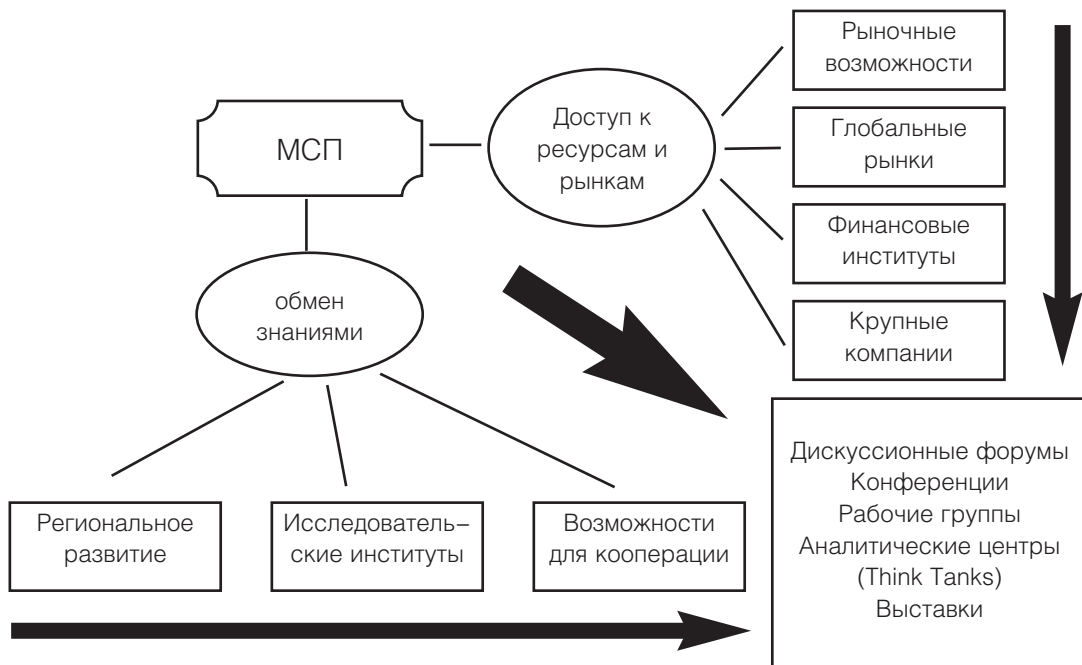
ных отраслевых рынках. Третий тип — сложный многоотраслевой кластер. Он возникает тогда, когда имеется несколько лидирующих компаний.

В составе кластеров возникает множество новых специализированных фирм, растет кооперация между фирмами, формируется высококвалифицированная рабочая сила и растет дух предпринимательства. Все это обеспечивает компаниям большую гибкость в условиях быстрых перемен. Эти процессы создают благоприятные условия для развития малых и средних предприятий, способных создавать и внедрять инновации. Кластер обеспечивает более эффективный обмен знаниями и более широкий доступ к ресурсам и рынкам (рис. 1).

Более эффективный обмен знаниями становится возможным в силу ускоренного регионального развития, формирования исследовательских и образовательных институтов, кооперации между фирмами, исследовательскими и образовательными институтами. Доступ к ресурсам и рынкам обеспечивается наличием связей с крупными компаниями и специализированными финансовыми институтами. Взаимодействие обеспечивается посредством большого числа выставок, дискуссионных форумов, конференций, деятельности ассоциаций и рабочих групп, реализуемых на данной территории.

Важно подчеркнуть, что в рамках кластера происходит интенсивный обмен не только информацией, но и знаниями. В этом процессе важную роль играет взаимопонимание. Препятствием на пути к взаимопониманию является разрыв между естественно-науч-

Рис. 1. Обмен знаниями внутри кластера



ной и деловой культурами. Как отмечалось выше, язык ученых не всегда понятен практикам, а ученые не всегда понимают потребности бизнеса и рынков. В индустриальных кластерах активно формируются компании нового типа. Эти компании умеют понимать нужды бизнеса, его потребности в исследованиях и инновациях. Опираясь на это понимание, они размещают заказы бизнеса на исследования в университетах и исследовательских институтах. По сути они являются сетевыми посредниками, способными разговаривать как на языке бизнеса, так и на языке науки. В настоящее время они заполняют нишу, которую должны занимать предпринимательские университеты.

Чтобы занять эту нишу, предпринимательские университеты должны преодолеть ограничения в области генерации знаний. Классический университет склонен к генерированию тех знаний, которые он умеет генерировать в данный момент. Необходимо же генерировать те знания и в те сроки, которые необходимы бизнесу в данный момент. Именно предпринимательский университет должен быть сетевым игроком в составе кластера, способным решать задачи, выходящие за рамки существующих ограничений. Речь идет о знаниях, которые работают в противовес знаниям, которые отвечают академическим стандартам, сложившимся в процессе изолированного от бизнеса развития университетов в прошлом. Университетский академический «снобизм» является главным препятствием на пути формирования предпринимательских университетов.

Матрица предпринимательской деятельности университета в этом случае выглядит так, как она представлена в табл. 2.

Таблица 2.

Матрица предпринимательской деятельности университета внутри кластера

Преодоление ресурсных ограничений Истинное предпринимательство	Преодоление дефицита человеческих ресурсов	Преодоление дефицита финансовых ресурсов	Преодоление дефицита информационных ресурсов
Преодоление ограничений в сфере генерации знаний	Практически ориентированные исследователи. Результат важнее формы и стандарта. Знания, которые работают, в отличие от знаний, которые отвечают академическим стандартам	Глубина решения адекватна финансовым ресурсам	Преодоление информационного дефицита за счет интуиции и озарения
Преодоление ограничений в сфере преподавания	От преподавания, ориентированного на стандарт к преподаванию, ориентированному на нестандартный результат	Объединение преподавания с решением прикладных задач. Более широкое использование наставничества со стороны компаний	От проблемы информационного обеспечения академической постановки задачи к умению решать исследовательские задачи на имеющемся информационном уровне
Преодоление ограничений в сфере внедрений знаний в практику	Изменение логики. Действующая логика: знания появились, нужно найти практическое применение. Новая логика: появляются только нужные кому-либо знания.	От затрат на внедрение к финансовым результатам от использования знаний	Практическое использование создает новую информацию для новых исследовательских задач



Университет как генератор социальных сетей

В рамках индустриальных кластеров важную роль играют сетевые отношения. Роль социальных сетей в экономике знаний резко возрастает и выходит далеко за пределы индустриальных кластеров. Социальный капитал, понимаемый как капитал отношений в рамках социальных сетей, играет все более возрастающую роль.

Эффективность действий в социальных сетях требует существенно иного уровня доверия. При этом доверие понимается не только в традиционном смысле — как готовность поставить себя в уязвимое положение, но и как вера в то, что все участники сети способны добиваться успеха и будут двигаться к разделяемой всеми участниками процесса цели. Дальнейшее развитие связано с отношениями сотворчества и соответствующими навыками. В этом контексте постепенно происходит трансформация личности успешного человека. Общее направление этого развития — от формальной власти к сотворчеству и доверию, от харизмы к интеллектуальному лидерству.

Университеты всегда являлись генераторами социальных сетей. Особенно те из них, которым удавалось создавать эффективные сообщества выпускников³. В большей мере в этом направлении преуспели бизнес-школы, которые научились создавать в ходе образовательного процесса профессиональные сообщества выпускников, поддерживающих друг друга в бизнесе и управленческой деятельности.

Предпринимательский университет должен воспринимать себя не только как институт «передачи» знаний. Он должен воспринимать себя как систему, порождающую социальные сети с более высоким уровнем социального капитала, способные решать сложные интеллектуальные задачи. Эта возможность может быть реализована не только через ассоциации выпускников, но и через более глубинные механизмы продолженного взаимодействия выпускников при решении исследовательских задач прикладной направленности. С этой точки зрения предпринимательский университет должен возродить практику формирования научных школ, которые объединяют выпускников не только единым концептуальным языком, но и развитием исследовательской школы за пределами университета как социальной сети, специализированной на решении определенного круга исследовательских задач.

Выводы

Системное рассмотрение проблемы предпринимательских университетов, которое можно провести на основе предложенной выше матрицы, позволяет каждому университету выбрать приоритетное направление предпринимательства и развивать его. В то же время, как было сказано выше, предпринимательский университет должен уметь преодолевать все три типа ограничений.

³ В качестве примера можно привести социальную сеть выпускников группы американских университетов, относящихся к так называемой Лиге плюща.



Разработка новых форм организации учебного процесса для преодоления «дисциплинарной миопии» является важным элементом деятельности любого предпринимательского университета, способствующим, с одной стороны, устранению разрыва между культурами, а с другой — преодолению ограничений в сфере преподавания через устранение дефицита информационных и человеческих ресурсов.

Предпринимательские университеты могут стать важным элементом индустриальных кластеров, преодолевая дефицит финансовых ресурсов и содействуя развитию регионов, в которых они работают.

Для решения этой задачи предпринимательские университеты должны уделять больше внимания построению социальных сетей, в том числе посредством работы со своими выпускниками.

1. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Университеты, общество знания и парадоксы образования // Вопросы образования. 2005. № 1. С. 106—126.
2. Портер М.Е. Конкуренция. М.: Вильямс, 2000.
3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика — XXI, 2005.
4. Фуллер С. В чем уникальность университетов? Обновление идеала в эпоху предпринимательства // Вопросы образования. 2005. Т. 2. № 4. С. 2—28.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
6. Burton-Jones A. Knowledge Capitalism. Business, Work, and Learning in the New Economy. Oxford: University Press, 1999.
7. Cherwitz A.R. Intellectual Entrepreneurship. A vision for graduate education. Change. November/December 2002.
8. Cherwitz A. R. Creating a Culture of Intellectual Entrepreneurship. Academe 91. July/August 2005. Vol. 5.
9. Clark B.R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education. Oxford: Pergamon Press for International Association of Universities, 1998.
10. Cowen R. The Management and Evaluation of the Entrepreneurial University: The Case of England. Higher Education Policy. 1991. Vol. 4(3), 9 —13.
11. Dasgupta P., Serageldin I. (eds.) Social capital: A multifaceted perspective. Washington, D.C.: The World Bank, 2000.
12. Deem R. Globalisation, New Managerialism, Academic Capitalism and Entrepreneurialism in Universities: is the local dimension still important? Comparative Education. 2001. Vol. 37(1), 7—20.
13. Etzkowitz H. Research Groups as «Quasi-firms»: The Invention of the Entrepreneurial University. Research Policy. 2003. Vol. 32(1). Pp. 1090—121.
14. Etzkowitz H., Webster A., Gebhardt C., Cantisano Terra B.R. The Future of the University and the University of the Future: Evolution of Ivory Tower to Entrepreneurial Paradigm. Research Policy. 2000. Vol. 29(2). Pp. 313—330.
15. Gibb A., Hannon P. Towards the entrepreneurial university? National Council for Graduate Entrepreneurship, Working Paper 035/2006. <http://ncge.com/files/biblio742.pdf>

Литература



16. *Hay D.B., Butt F., Kirby D.A.* Academics as Entrepreneurs in a UK University. In G. Williams (ed.) *The Enterprising University. Reform, Excellence and Equity*. Buckingham: SRHE & Open University Press, 2002. Pp. 132—141.
17. *Lin N.* *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001.
18. *Meira Soares V.A., Amaral M.S.C.* The Entrepreneurial University: a Fine Answer to a Difficult Problem? *Higher Education in Europe*. 1999. Vol. 24(1). Pp. 11—21.
19. *Ropke J.* The Entrepreneurial University: Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy. 1998.
20. www.wiwi.uni-marburg.de/Lehrstuehle/VWL/Witheo3/documents/entreuni.pdf
21. *Sexton D.L., Kasarda J.D.* (eds.) *The State of the Art in Entrepreneurship*. Boston: PWS-Kent, 1992.
22. *Slaughter S., Leslie L.L.* *Academic capitalism. Politics, policies and the entrepreneurial university*. Baltimore/London: The Johns Hopkins University Press, 1997.
23. *Stevenson H.H.* Why entrepreneurship has won! Coleman White Paper, USASBE Plenary Address, February 17, 2000.
24. *Stevenson H.H.* A perspective on entrepreneurship. Harvard Business School Working Paper, 9-384-131, 1983.
25. *Stevenson H.H., Gumpert D.E.* The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*. March—April 1985.
26. *Sviedrys R.* The rise of physics laboratories in Britain. *Hist. Stud. Phys. Sci.*, 1976. Vol. 7. Pp. 403—436.
27. *Subotzky G.* Alternatives to the Entrepreneurial University: New Modes of Knowledge Production in Community Service Programs. *Higher Education*. 1999. Vol. 8 (4). Pp. 401—440.
28. *Thorton P.* The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*. 1999. Vol. 25. Pp. 19—46.