

УДК 338.1

Миссия университета в экономике знаний

Денисов Юрий Петрович

Кандидат политических наук, доцент,

кафедра экономики и управления,

Омская юридическая академия,

644099, Российская Федерация, Омск, ул. Короленко, 12;

e-mail: yurden1984@yandex.ru

Немцова Наталья Владиславовна

Кандидат экономических наук, доцент,

заведующая кафедрой экономики и управления,

Омская юридическая академия,

644099, Российская Федерация, Омск, ул. Короленко, 12;

e-mail: nemtsova@bk.ru

Аннотация

Статья посвящена осмыслению миссии университета в современной экономической системе посредством анализа роли и места университета в экономике знаний. В статье рассматриваются различные попытки осмысления экономической роли высшего учебного заведения в современном мире. Авторы исследуют университет как субъект экономики знаний. Кроме того, в исследовании проводится анализ роли университета в процессе формирования человеческого и культурного капитала. Особое внимание уделяется исследованию проблем функционирования университета в экономической системе Российской Федерации. В статье выделяются такие проблемы, как потребность в развитии информационно-коммуникативной инфраструктуры университетов, необходимость совершенствования нормативно-правовой базы российского высшего образования, недостаточная эффективность координации процедур в рамках стратегического планирования деятельности системы высшего образования на различных уровнях. Наряду с осмыслением места и роли университета в производстве и реализации научных знаний авторы акцентируют его воспитательную функцию университета. Они приходят к выводу о том, что университеты играют ключевую роль в формировании аксиологической базы для возникновения, развития, функционирования норм, ценностей, образцов поведения, институтов, которые определяют деятельность экономических агентов в условиях экономики знаний.

Для цитирования в научных исследованиях

Денисов Ю.П., Немцова Н.В. Миссия университета в экономике знаний // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. Том 7. № 4А. С. 54-61.

Ключевые слова

Экономика знаний, университет, миссия организации, культура, человеческий капитал, научная коммуникация, информационная экономика, образование.

Введение

Миссия организации сегодня отражена на сайтах абсолютного большинства университетов Российской Федерации. Среди теоретиков корпоративного менеджмента считается общепризнанной мысль о том, что миссия играет ключевую роль в стратегическом планировании развития организации, утверждение миссии (mission statement) является основой разработки стратегии любой. [Bart, 1997, 9].

Актуальность обращения к исследованию миссии университета в современной социально-экономической системе обусловлена целым комплексом факторов. Значение университета рельефно и ярко высвечивают потребности экономики знаний и постиндустриального общества в целом. Перед российской экономической моделью и российским социумом перманентно остро на протяжении всего постсоветского периода развития стоят проблемы реформирования системы образования. Формирование новых опорных вузов в регионах России, перемены в политике российского Министерства образования подогревают научный интерес к феномену университета. А осмысление общемировых трендов, связанных с изменением социально-экономических функций университетов, делает исследование такого рода проблематики жизненно необходимым.

Университет как субъект экономики знаний

Материально-технологический и хозяйственный базис общества «третьей волны», постиндустриального социума, к которому развитые страны перешли в XX столетии, образует экономика знаний. Известный западный экономист Ф. Махлуп ещё в середине прошлого столетия в своей работе «Производство и распространение знаний в США» оценил, что в 1958 году сектор экономики знаний создавал около 29% валового национального продукта США. Многочисленные виды человеческой деятельности, на которых основывается сектор экономики знаний, Ф. Махлуп объединил в пять групп. Группа «Образование» в данном секторе составила 44,1% [Махлуп, 1966, 35].

В 1980 г. в США был принят акт Бэя-Доула, который передал федеральные права на патенты и открытия университетам [Игнатов, 2012, 162]. По данным российского учёного

А.О. Карпова, в США после принятия акта Бэя-Доула в течение нескольких лет университеты создали более 2 000 компаний (260 000 рабочих мест), которые занимались коммерциализацией технологий. До принятия акта все американские университеты регистрировали менее 250 патентов в год. В 1982 г. их стало 1500, а в 2010 – 4500. Если в 1989 – 1990 годах университеты получили 82 000 000 долларов лицензионного дохода, то в 2009 году – более 1 500 000 000 долларов. В результате до 80% ведущих отраслей американской промышленности возникло благодаря открытиям, сделанным в университетах [Карпов, 2017, 58-59].

Таким образом, реализуется концепция университета 3.0, которая основывается на трёх китах экономики знаний: образовании, научных исследованиях, коммерциализации знаний.

Безусловно, университет является лишь одним из корпоративных субъектов экономики знаний. С ним нельзя ассоциировать всю систему образования и весь научный потенциал современной экономики. Университеты – это ещё далеко не вся наука.

Однако здесь следует вспомнить высказывание Х. Ортеги-и-Гассета из его «Миссии университета»: «Университет отличен, но не отделим от науки» [Ортега-и-Гассет, 2005, 62]. Университет играет одну из ключевых ролей в производстве научных знаний. А, как отметил современный российский экономист В.Е. Гимпельсон, подчёркивающий взаимосвязь институциональной среды и человеческого капитала, «в современном мире те, кто обладает новейшими знаниями, умеет их производить и лучше других распоряжаться, получают гигантские экономические и политические преимущества» [Гимпельсон, 2016, 129].

В условиях рыночной экономики и глобализированного экономического пространства образовательные учреждения высшего профессионального образования оказываются в условиях достаточно жёсткой конкурентной среды. Российские вузы в этом смысле не являются исключениями. Председатель Правительства Российской Федерации Д.А. Медведев пишет в статье, опубликованной в журнале «Вопросы экономики»: «Оценивая затраты и усилия на развитие образования, необходимо понимать, что речь идет о высококонкурентной сфере. В мировой экономике развернулась острая конкуренция за кадры. В современном мире люди получили возможность выбирать, где им учиться, а потом и работать. Эту конкуренцию мы не имеем права проигрывать» [Медведев, 2016, 28].

Необходимость поддерживать собственную конкурентоспособность неизбежно ставит перед образовательным учреждением задачу выработки и реализации маркетинговой стратегии и производства знаний, которые могли бы рассматриваться как конкурентоспособная продукция в условиях динамичной рыночной конъюнктуры.

Вместе с тем в условиях российских социально-экономических реалий функционирование университета как субъекта экономики знаний оказывается затруднено целым комплексом проблем. К числу таких факторов относятся низкая доля инновационных предприятий в структуре российской экономики; слабое финансирование науки; низкая научная активность; незаинтересованность бизнеса; малая доля высокотехнологичных отраслей. Исследователь А.П. Савченко полагает, что одной из коренных проблем, лежащих в

основе практически всего спектра названных негативных факторов, является отсутствие информационно-коммуникационной инфраструктуры. По мнению учёного, оно значительно снижает эффективность государственной политики по созданию и развитию инновационной экономики [Савченко, 2017, 129].

Кроме того, развитие университета как актора экономики знаний затрудняет недостаточное сопряжение стратегических и программных документов в части, целей задач и ожидаемых результатов, которое отчётливо проявляется на региональном уровне [Беляков, 2017, 12].

Осмысление данной специфики российской экономической модели никоим образом не нивелирует роль университета как субъекта экономики знаний и одного из основных производителей знаний для нужды креативной экономической системы. Однако оно диктует потребность в развитии информационно-коммуникативной инфраструктуры, совершенствовании нормативно-правовой базы российского высшего образования, эффективной координации процедур стратегического планирования деятельности системы высшего образования на различных уровнях.

Миссия университета, человеческий капитал и культура

Роль университетов как производителя знаний неизбежно вводит их в число основных источников формирования человеческого капитала. Согласно подходу Г. Беккера, человеческий капитал (human capital) и представляет собой совокупность знаний, умений, навыков, использующихся для удовлетворения многообразных потребностей человека и общества в целом. Г. Беккер убедительно обосновал перспективность инвестиций ещё в 1962 г. в своей работе «Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis» [Becker, 1962].

Вместе с тем, как отмечает декан экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова А.А. Аузан, «университеты производят не только частное благо в виде капитализируемого знания, которое можно продать, как думал Смит», и даже не только социально значимое благо в виде функций. [Аузан, 2013]. По мнению экономиста, «они производят еще и общественное благо, смысл которого – создание и распространение культуры. Университеты производят некоторые неформальные институты, системы ценностей и поведенческих установок, которые затем через тот или иной промежуток времени превращаются в формализованные институты – в системы экономики, политики, торговли и т.д.» [Там же]. Из этого можно заключить, что образовательные организации высшего профессионального образования, по сути, являются одним из факторов, детерминирующих функционирование экономической, социальной, политической и культурной подсистем общества.

Влияние университета на культурную подсистему общества имеет особое значение для экономики знаний, в которой культура и культурное наследие начинают рассматриваться как картируемые ресурсы, действующие агенты развития и источники нового мышления.

Некоторые эксперты даже полагают, что в условиях креативной экономики «мы перемещаемся из мира понижения нормы прибыли, основанного на дефиците природных ресурсов и материальных благ, в мир увеличения нормы прибыли, основанный на бесконечности возможных идей и их использовании в производстве новых продуктов и трансакций» [Абанкина, 2017, 101].

В этих условиях социальная роль университета состоит в воспитании специалистов инновационного типа, которые обладают компетенциями для перехода от исследований к разработкам с их последующей коммерциализацией» [Карпов, 2017, 73]. По этой причине миссия университета несводима лишь к продуцированию, коммерциализации и трансляции знаний. Университет, являясь важнейшим агентом профессиональной социализации, задаёт те нормы, ценности, образцы поведения, которые являются ориентиром для профессионалов, составляющих социальный фундамент экономики знаний.

Профессиональная социализация в университете происходит в процессе коммуникации. В этой связи представляется чрезвычайно важным создание в университете особой социокультурной среды, университетского дискурса, в который был бы погружен обучающийся в процессе профессиональной социализации.

Заключение

Итак, миссия университета в экономике знаний носит двойственный характер. С одной стороны, она неразрывно сопряжена с его ролью субъекта экономики знаний и одного из акторов современных рыночных отношений. Поэтому его миссия частично состоит в создании и передаче знания как конкурентоспособного товара на рынке интеллектуальной продукции. С другой стороны, миссия университета связана с формированием личности специалиста и социокультурного фундамента всего общества знаний. По этой причине она состоит в формировании аксиологической базы для возникновения, развития, функционирования норм, ценностей, образцов поведения, институтов, которые определяют деятельность экономических агентов и в конечном счёте детерминируют их выбор в экономике знаний и саму экономическую систему современного общества.

Библиография

1. Абанкина Т.В. Креативная экономика: переход к капитализации культурного наследия // Вопросы экономики. 2017. № 4. С. 100-116.
2. Аузан А.А. Миссия университета: взгляд экономиста // Вопросы образования. 2013. № 3. С. 266-287.
3. Беляков С.А. Отражение задач образования в стратегиях социально-экономического развития субъектов Российской Федерации // Университетское управление. 2017. № 1. С. 5-13.

4. Гимпельсон В.Е. Нужен ли российской экономике человеческий капитал? Десять сомнений // Вопросы экономики. 2016. № 10. С. 129-143.
5. Игнатов И.И. Роль Акта Бэя-Доула в трансфере научных знаний и технологий из американских университетов в корпоративный сектор // Наука. Инновации. Образование. 2012. № 12. С. 59-188.
6. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. М.: Прогресс, 1966. 462 с.
7. Ортега-и-Гассет Х. Миссия университета. Минск: БГУ, 2005. 104 с.
8. Савченко А.П. Открытое информационное пространство научной коммуникации как фактор развития экономики знаний в России // Государственное и муниципальное управление. Учёные записки СКАГС. 2017. № 1. С. 129-135.
9. Bart C. K. Sex, Lies and Mission Statements // Business Horizons. 1997. November-December. Pp. 9-18.
10. Becker G. S. Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis // Journal of Political Economy. 1962. Vol.70. № 5. Part 2. Pp. 9-49.

The mission of the University in the knowledge economy

Yurii P. Denisov

PhD in Politics, Associate Professor,
Department of economics and management
Omsk Law Academy,
644010, 12, Korolenko str., Omsk, Russian Federation;
e-mail: yurden1984@yandex.ru

Natal'ya V. Nemtsova

PhD in Economics, Associate Professor,
Head of the department of economics and management,
Omsk Law Academy,
644010, 12, Korolenko str., Omsk, Russian Federation;
e-mail: nemtsova@bk.ru

Abstract

The mission of any organization is one of the fundamental pillars of its economic activity. The purpose of this study is to insight the mission of the University in the modern economic system. To do this, the authors of the article analyze the role and place of the University in the

knowledge economy. In the course of the study were considered theoretical approaches to the role of the University established in modern science. The authors considered the University as the subject of the knowledge economy. In the research process was the analysis of the role of the University in the formation of human capital and cultural capital. Special attention was paid to the study of problems of functioning of the University in the economic system of the Russian Federation. The study authors came to the realization of the multifaceted mission of the University in the knowledge economy. It is not only in the production and distribution of knowledge, but also in shaping the cultural foundations of the economic agent. The mission of the university in the knowledge economy is ambivalent. On the one hand, it is inextricably linked to its role as a subject of the knowledge economy and one of the actors of modern market relations. Therefore, his mission is partly to create and transfer knowledge as a competitive product in the market of intellectual products. On the other hand, the mission of the university is connected with the formation of the personality of the specialist and the socio-cultural foundation of the entire knowledge society.

For citation

Denisov Yu.P., Nemtsova N.V. (2017) Missiya universiteta v ekonomike znaniy [The mission of the University in the knowledge economy]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 7 (4A), pp. 54-61.

Keywords

Economics of knowledge, University, mission of the organization, culture, human capital, scientific communication, information economy, education.

References

1. Abankina T.V. (2017) Kreativnaya ekonomika: perekhod k kapitalizatsii kul'turnogo naslediya [Creative economy: the transition to the capitalization of cultural heritage]. *Voprosy ekonomiki* [Issues of economics], 4, pp. 100-116.
2. Auzan A.A. (2013) Missiya universiteta: vzglyad ekonomista [The mission of the university: the view of the economist]. *Voprosy obrazovaniya* [Issues of education], 3, pp. 266-287.
3. Bart C.K. (1997) Sex, Lies and Mission Statements. *Business Horizons*, pp. 9-18.
4. Becker G.S. (1962) Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis. *Journal of Political Economy*, 70, 5, 2, pp. 9-49.
5. Belyakov S.A. (2017) Otrazhenie zadach obrazovaniya v strategiyakh sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya sub"ektov Rossiiskoi Federatsii [Reflection of the problems of education in the strategies of social and economic development of the subjects of the Russian Federation]. *Universitetskoe upravlenie* [University management], 1, pp. 5-13.

6. Gimpel'son V.E. (2016) Nuzhen li rossiiskoi ekonomike chelovecheskii kapital? Desyat' somnenii [Does the Russian economy need human capital? Ten doubts]. *Voprosy ekonomiki* [Issues of economics], 10, pp. 129-143.
7. Ignatov I.I. (2012) Rol' Akta Beya-Doula v transfere nauchnykh znanii i tekhnologii iz amerikanskikh universitetov v korporativnyi sektor [The role of the Baye-Dole Act in the transfer of scientific knowledge and technology from American universities to the corporate sector]. *Nauka. Innovatsii. Obrazovanie* [Science. Innovation. Education], 12, pp. 59-188.
8. Makhlup F. (1966) *Proizvodstvo i rasprostranenie znanii v SShA* [Production and dissemination of knowledge in the United States]. Moscow: Progress Publ.
9. Ortega-i-Gasset H. (2005) *Missiya universiteta* [Mission of a university]. Minsk: BSU.
10. Savchenko A.P. (2017) Otkrytoe informatsionnoe prostranstvo nauchnoi kommunikatsii kak faktor razvitiya ekonomiki znanii v Rossii [The Open Information Space of Scientific Communication as a Factor in the Development of the Knowledge Economy in Russia]. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS* [State and Municipal Management. Scientific notes SKAGS], 1, pp. 129-135.