

Елена Владиславовна Савицкая, профессор Национального исследовательского университета — Высшей школы экономики, кандидат экономических наук

## МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ: СОТРУДНИЧЕСТВО УНИВЕРСИТЕТОВ И КОРПОРАЦИЙ

Сегодня многие экономисты считают, что ни капитал, ни технологии уже не являются главными источниками конкурентных преимуществ отдельных фирм и страны в целом на мировых рынках. Ключом к успеху становятся человеческие ресурсы. «Подобно капиталу знания и технологии весьма мобильны и перемещаются из одной страны (открывателя) в другую с высокой скоростью, преодолевая судорожные попытки их присвоить или монополизировать. Труд — наиболее важный из пяти факторов производства, потому что на сегодняшних мировых рынках он наименее мобилен. Квалифицированная рабочая сила с высокой мотивацией труда — главный постоянный источник конкурентных преимуществ, экспорта и роста для большинства компаний и даже для большинства стран. Образованные, заинтересованные работники позволяют Таиланду, Индонезии, Сингапуру, Гонконгу, Тайваню и Малайзии захватывать всё возрастающие объёмы производства у североамериканских, японских и европейских фирм»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Майталь Ш. Экономика для менеджеров: десять важных инструментов для руководителей / Пер. с англ. М.: Дело, 1996. С. 154.

Для подготовки хорошо обученных и квалифицированных кадров требуется развитая система профессионального образования. В её развитии заинтересованы не только потенциальные учащиеся и государство, но также предприятия, ориентирующиеся на наем образованных, высоко производительных работников. Неслучайно в настоящее время идея тесного сотрудничества коммерческих организаций и университетов получает все больше сторонников. Так, принятая в Бонне «Декларация о сотрудничестве университетов и компаний»<sup>2</sup> утверждает, что вклад учреждений высшего образования в формирование «общества знаний» существенен, но недостаточен — в этом к ним должны присоединиться и другие заинтересованные стороны, среди которых Декларация, в первую очередь, называет бизнес-структуры.

Взаимодействие вузов с коммерческими предприятиями позволяет решать, по меньшей мере, три проблемы, существующие се-

<sup>2</sup> Bonn Declaration «University-Enterprise cooperation: building on new challenges from past experiences». Адрес сайта: [www.eua.be/fileadmin/user\\_upload/files/newsletter/Bonn\\_Declaration.pdf](http://www.eua.be/fileadmin/user_upload/files/newsletter/Bonn_Declaration.pdf)

годня в российской системе высшего образования: дисбаланс между профессиональной подготовкой и трудоустройством выпускников вузов, недостаточность финансирования высшего образования, снижение научной активности университетов.

### **Дисбаланс между профессиональной подготовкой и трудоустройством выпускников вузов**

Более тесное сотрудничество университетов и предприятий позволяет решать проблему востребованности профессионального образования, получаемого студентами. Не секрет, что сегодня достаточно высокий процент выпускников высших учебных заведений идёт работать не по специальности и теряет навыки, полученные при обучении. Для России этот показатель достигает 33%<sup>3</sup>, то есть часть денежных средств, вкладываемых в высшее образование, расходуется не оптимально. Конечно, высшее образование включает в себя не только профессиональную подготовку учащегося, но также его социальное, интеллектуальное и культурное развитие, которое само по себе создаёт положительный внешний эффект для общества в целом и поэтому должно быть оплачено. Однако финансирование циклов общепрофессиональных и специальных учебных дисциплин в этом случае представляет для общества безвозвратные потери денежных средств.

Дисбаланс между профессиональной подготовкой и трудоустройством выпускников объясняется как несоответствием структуры предложения образовательных про-

грамм учебными заведениями структуре спроса предприятий на рабочую силу, так и нежеланием самих учащихся работать по специальности. Взаимодействие университетов с коммерческими организациями даёт шанс повысить релевантность высшего образования. Данное взаимодействие может быть реализовано в различных формах: распространение в вузах информации о предприятиях и вакансиях (пиар-кампании), организация стажировок или практики студентов на предприятиях, профессиональное консультирование и обмен опытом, проведение встреч студентов с представителями бизнес-структур, создание в вузах базовых кафедр.

Всё это способно погрузить студентов в атмосферу будущей профессии и вызвать к ней интерес, а представители фирм на данном этапе имеют возможность отметить для себя будущие перспективные кадры. Фирма может также профинансировать обучение в университете своих реальных и потенциальных работников, подписав со стипендиатом договор о будущем сотрудничестве на определённый срок.

К сожалению, эти формы взаимодействия работодателей с высшими учебными заведениями не получили значительного распространения. Как показывают социологические опросы, проведенные Аналитическим центром Юрия Левады, в течение 2005–2008 гг. активность сотрудничества российских университетов и предприятий снижалась. В период экономического спада фирмы продолжали сворачивать программы по всем основным формам сотрудничества: финансирование подготовки работников, проведение стажировок и практик, организация дней открытых дверей и т.д. По итогам 2009 года только 22% из всех опрошенных предприя-

<sup>3</sup> Портал Statistika.ru, Статистика высшего образования, 28 ноября 2007 г. Адрес сайта: [http://statistika.ru/obraz/2007/11/28/obraz\\_9416.html](http://statistika.ru/obraz/2007/11/28/obraz_9416.html)

тий участвовали в организации стажировок, практик для студентов вузов. В 2010 году только 10% от числа всех опрошенных предприятий финансировали профессиональное обучение своих работников в вузах<sup>4</sup>.

В результате опроса 2010 года были выявлены критерии, которые определяют выбор предприятием образовательного учреждения для заключения договора о подготовке специалиста «под заказ». Фундаментальность подготовки и наличие академической школы оказались важными для 51% от числа всех опрошенных предприятий; возможность влиять на содержание учебных программ и выбирать перечень учебных дисциплин назвали 42% респондентов; хорошо налаженные связи с вузом имеют значение для 39% опрошенных предприятий; положительные рекомендации и отзывы знакомых, коллег отметили 36% респондентов. Гораздо меньшее значение имеют возможность выбора удобного графика обучения во времени (26%), высокий рейтинг вуза (25%), территориальная близость (21%), трудоустройство выпускников прошлых лет в успешных и престижных компаниях (16%), приемлемый уровень платы за обучение (15%)<sup>5</sup>.

Таким образом, для приведения структуры предложения образовательных программ в соответствие со структурой спроса предприятий на рабочую силу университетам следует не только улучшать подготовку профессиональных кадров и развивать научные школы, но и модифицировать учебные про-

граммы с оглядкой на реальные требования работодателей, а также более тесно контактировать с предприятиями соответствующего профиля. В свою очередь, фирмам, заинтересованным в выпускниках определённых вузов, необходимо расширять взаимодействие с этими вузами, проводя Дни открытых дверей, организуя для студентов практику и стажировки, открывая в университетах базовые кафедры, консультируя дипломников при написании ими выпускных квалификационных работ.

### **Недостаточность финансирования высшего образования**

За последние 20 лет в нашей стране существенно изменился механизм финансирования образования — Россия отошла от модели государственного финансирования, которая сложилась в Советском Союзе. В 2009 году бюджетные средства в структуре средств государственных высших учебных заведений составляли только 54,7%, а в структуре средств негосударственных вузов — 0,5%. Одновременно произошёл стремительный рост привлечения университетами денежных средств населения. Этот источник финансирования составляет 28,7% для государственных и 91,1% для негосударственных высших учебных заведений (рис. 1 и 2).

Наращивание государственных ассигнований в российскую образовательную систему постоянно сталкивается с жёсткими бюджетными ограничениями. Однако у домохозяйств тоже существуют бюджетные ограничения, и повышение платы за обучение в перспективе может привести к сокращению количества студентов. Поэтому одна из задач состоит в том, чтобы найти новые источники финансирования университетов,

<sup>4</sup> Красильникова М.Д., Бондаренко Н.В. Стратегии работодателей: кадры и образование // Информационный бюллетень. М.: НИУ ВШЭ, 2011. С. 19. Адрес сайта: <http://www.hse.ru/data/2011/09/22/1270239046/infbul48.pdf>

<sup>5</sup> Там же. С. 22.

развивая их взаимодействие с бизнесом, благотворительными фондами и собственными выпускниками. Сегодня участие коммерческих организаций в финансировании российского высшего образования является недо-

статочным. В 2009 году средства организаций в структуре средств государственных высших учебных заведений составляли 15,3%, а в структуре средств негосударственных вузов — только 7,1% (рис. 1 и 2).



Рис. 1. Структура средств государственных высших учебных заведений по источникам финансирования (в %): 2009 г.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Источник: Индикаторы образования: 2011: стат. сб. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011. С. 91.

Согласно классической экономической теории, фирмы являются агентами, преследующими цель максимизации прибыли. Тем не менее, только в 2008 году университеты США получили от корпораций суммарно \$4,04 млрд<sup>8</sup>. Концепция социально ответственного бизнеса, согласно которой фирма не только ответственна за собственные финансовые показатели, но должна также учитывать и интересы общества, получает ак-

<sup>8</sup> Данные об объемах пожертвований американским университетам корпорациями были взяты из базы данных, созданной в рамках программы Council for Aid to Education (CAE) — Voluntary Support of Education (VSE).

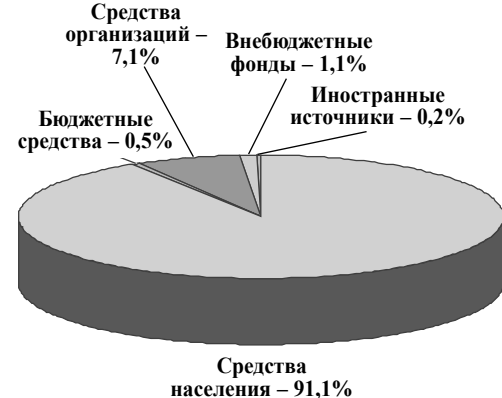


Рис. 2. Структура средств негосударственных высших учебных заведений по источникам финансирования (в %): 2009 г.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Источник: Индикаторы образования: 2011: стат. сб. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011. С. 91.

тивное распространение в США и странах Западной Европы. Поддержка образовательных учреждений является популярным инструментом внешней корпоративной социальной политики. Выгода для фирм от проведения такой политики состоит в том, что это позволяет сформировать и поддерживать положительную репутацию, которая непосредственно влияет на успешность фирм на местных рынках.

Рассматривая западный опыт, следует отметить, что для компаний-спонсоров характерно стремление контролировать расходные статьи в тех аспектах деятельности университета, которые финансируются ими сами-

ми. Поэтому для университетов фирмы менее удобны в качестве спонсоров, нежели индивидуальные филантропы. Однако фирмы являются источником потенциально больших сумм, и университеты вынуждены соглашаться на ограничения, связанные с распределением полученной финансовой помощи. По типологии, предложенной в статье Caulkins et al<sup>9</sup> (табл.), корпорации чаще являются «благотворителями с программой мероприятий», предоставляя конкретному

учреждению финансовую помощь на оговоренные нужды. Так, компания может поддерживать какое-либо исследовательское направление, поощрять некоторую внеучебную деятельность студенческих коллективов, помочь в проведении спортивных мероприятий, поддержать определённую категорию студентов (выходцы из провинции, представители национальных меньшинств) или преподавателей (молодые преподаватели, авторы научных публикаций).

Таблица

**Типология благотворителей**

	<b>Приверженность конкретному вузу</b>	<b>Желание помочь вузу вообще</b>
Нет условия расходования средств на конкретную деятельность	<b>Верный благотворитель:</b> даёт конкретному вузу право выбирать, какие проекты претворить в жизнь	<b>Ангел-филантроп:</b> предоставляет свободу расходования спонсорской помощи вузу, который покажется наиболее достойным
Есть условие расходования средств на конкретную деятельность	<b>Благотворитель с программой мероприятий:</b> договаривается с конкретным вузом о направлениях расходования пожертвований	<b>Социальный предприниматель:</b> продвигает и обеспечивает определённую активность в любом вузе

В России практика взаимодействия корпораций и университетов осуществляется, преимущественно, в двух основных сферах — финансы и нефтегазовая отрасль. За счёт спонсорской помощи университетам компании из этих отраслей конкурируют друг с другом за квалифицированный и лояльный персонал из числа студентов и за репутацию социально ответственного бизнеса. В нефтегазовой отрасли активную деятельность по финансовой поддержке высшего образования развивают компании ОАО «ЛУКОЙЛ» и ТНК-ВР. Они публикуют отчёты о социальной деятельности и благотвори-

тельности, где упоминают о спонсорской помощи вузам. В этом есть элемент пиара, но верно и то, что в результате университеты получают денежные средства, укрепляют материально-техническую базу, имеют возможность готовить более квалифицированных специалистов.

Так, ТНК-ВР реализует программы партнёрства с Российским государственным университетом нефти и газа им. И.М. Губкина, Тюменским государственным нефтегазовым университетом, Уфимским государственным нефтяным техническим университетом, Самарским государственным техническим университетом, Иркутским государственным техническим университетом. При этом корпорация ожидает получить адекватную отдачу от вложенных средств, поэтому нацелива-

<sup>9</sup> Caulkins J. P., Cole J., Hardoby M., Keyser D. Intelligent giving: insights and strategies for higher education donors. Published 2002 by RAND. P. 61. Table 5.1. Адрес сайта: <http://www.rand.org/>.

ет вузы-партнёры на то, чтобы уровень подготовки выпускников соответствовал требованиям компании к их знаниям. Для выравнивания уровня подготовки приходящих в компанию молодых специалистов был организован межвузовский центр ТНК-ВР, объединивший пять перечисленных выше российских университетов.

В 2010 году результаты нескольких исследований ТНК-ВР, связанных с геологией, геофизикой, бурением и освоением месторождений, были включены в учебные курсы вузов — партнёров компании. В этом же году ТНК-ВР приступила к реализации программы «Старт» для выпускников вузов, в рамках которой проводится обучение будущих молодых специалистов, необходимых компании, ключевым производственно-техническим навыкам. Компания также разработала программу шефства для абитуриентов, организует курсы для учащихся старших классов, лучших из которых направляет на учебу в партнерские вузы. По окончании высшего учебного заведения ТНК-ВР гарантирует трудоустройство в компании. В 2010 году 41 выпускник школ поступил в университеты при поддержке ТНК-ВР<sup>10</sup>.

Масштабную программу помощи университетам осуществляет и ОАО «ЛУКОЙЛ». Средства из его благотворительного фонда направляются на оснащение университетских лабораторий современным оборудованием, закупку макетов нефтегазового производственного оборудования, создание мультимедийной инфраструктуры в лаборатори-

ях и учебных корпусах, издание учебных пособий для студентов нефтегазовых университетов. В рамках сотрудничества между ЛУКОЙЛом и Пермским государственным техническим университетом (ПГТУ) создано новое специализированное структурное подразделение — Институт нефти и газа, призванный готовить квалифицированные кадры для российских нефтегазовых компаний, а также проводить фундаментальные, поисковые и прикладные научные исследования по проблемам добычи, переработки, транспортировки и хранения нефти и газа.

В 2005 году объём НИР Института нефти и газа с предприятиями ЛУКОЙЛ составил более 30 млн руб. Расходы компании включают в себя и заключение договоров на подготовку квалифицированных кадров с 16 вузами, причем не только техническими, но и экономическими. В 2006 году компанией было выделено около 26 млн руб. для того, чтобы 663 студента обучалось в вузах на договорных началах. Реализуется также грантовая программа поддержки преподавателей. С начала действия такой программы компания «ЛУКОЙЛ» выплатила 12 млн 448 тыс. руб. 68 преподавателям из 7 вузов<sup>11</sup>.

В настоящее время корпоративную «лукойловскую» стипендию размером 2500 и 3000 руб. в месяц получают 200 студентов в разных городах страны. В рамках грантовой программы поддержки молодых преподавателей 90 одарённых молодых преподавателей из ведущих вузов страны получают именные гранты. В 2008–2010 гг. были выде-

<sup>10</sup> Официальный сайт компании ТНК-ВР. Раздел 10. Социальная ответственность. «Жить по правилам». Инвестиции в наших сотрудников. Адрес сайта: [http://annual-report-2010.tnk-bp.ru/ru/social\\_responsibility/investing\\_in\\_our\\_people/](http://annual-report-2010.tnk-bp.ru/ru/social_responsibility/investing_in_our_people/)

<sup>11</sup> Официальный сайт нефтяной компании ЛУКОЙЛ. Отчет о деятельности в области устойчивого развития на территории Российской Федерации в 2005–2006 годах. Адрес сайта: [http://www.lukoil.ru/static\\_6\\_5id\\_2131\\_.html](http://www.lukoil.ru/static_6_5id_2131_.html)

лены значительные средства на развитие материально-технической базы и ремонт помещений Тюменского государственного нефтегазового университета, Ухтинского государственного технического университета, Уфимского государственного нефтяного технического университета, Пермского государственного технического университета, Дипломатической академии МИД РФ, московской школы-гимназии № 45, РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина, Азербайджанской государственной нефтяной академии<sup>12</sup>.

Таким образом, российским компаниям из других секторов экономики необходимо осознать стратегические преимущества грамотного пиара своей социальной политики, которая предполагает отдачу в форме положительной репутации. Опции, на которые могут быть направлены пожертвования, — это строительство учебных корпусов, исследовательских лабораторий, библиотек, культурных центров; поддержание систематической научной деятельности вуза; содержание определённого профессорского места; выделение стипендий для некоторых категорий студентов и др.

А так как фирме выгоден имидж «социально ответственной организации», то пожертвования не должны совершаться анонимно. Например, в западных университетах таблички с названиями компаний-спонсоров на корпусах университета и стипендии, выделяемые подчеркнута от имени корпорации, являются распространённым явлением. Можно предложить и другие способы стиму-

лирования государством и обществом благотворительных актов: широкое освещение в средствах массовой информации спонсорской поддержки университетов корпорациями, публичное награждение лучших компаний-спонсоров по итогам года специально учреждёнными знаками отличия и т.п.

### **Снижение научной активности университетов**

В Советском Союзе преподаватели высших учебных заведений активно занимались научно-исследовательской деятельностью, в том числе и на основе хозрасчетных договоров, заключавшихся между вузом и сторонними организациями. За последние 20 лет научная активность университетов существенно снизилась. Например, в 2006 году в Российской Федерации функционировало 1090 высших учебных заведений (660 государственных и муниципальных вузов, 430 негосударственных вузов), а выполняли научные исследования и разработки только 417<sup>13</sup>. Соглашения между университетами и корпорациями о совместной научной деятельности становятся особенно актуальными в свете сокращения государственного финансирования вузов и их исследовательских программ. Сегодня спрос коммерческих организаций на квалифицированные научные кадры является фактором, за счёт которого высшие учебные заведения могут не только существенно пополнить свой бюджет, но и реализовать проекты, ранее недоступные из-за недостатка денежных средств.

Сотрудничество между университетом и фирмой основано на том, что обе стороны

<sup>12</sup> Официальный сайт нефтяной компании ЛУКОЙЛ. Социальная политика. Благотворительная и социальная деятельность. Программы в области поддержки образования. Адрес сайта: [http://www.lukoil.ru/static\\_6\\_5id\\_2257\\_.html](http://www.lukoil.ru/static_6_5id_2257_.html)

<sup>13</sup> Источники: Образование в РФ-2010: стат.сб. М.: ГУ-ВШЭ, 2010. С. 350. Индикаторы науки-2008: стат. сб. М.: ГУ-ВШЭ, 2008. С. 195.

получают для себя значимую выгоду сверх сделанных ими затрат, которая не могла бы быть получена вне рамок данной кооперации. Действительно, университет преследует цель накопления научного знания и в своих исследованиях нуждается в дорогостоящем оборудовании и материальном обеспечении экспериментов, что без сотрудничества с корпорацией является для него слишком затратным. Мы говорим о вузе как об участнике взаимодействия, но, в конечном счёте, это сотрудничество осуществляется учёными, которым оно выгодно в профессиональном плане. Они осознают, что, располагая более широкими финансовыми возможностями, фирмы подчас в состоянии достичь большего научного прогресса, нежели университет, несмотря на накопленную им базу знаний.

Говоря о преимуществах кооперации с университетом для фирмы, стоит отметить, что они во многом связаны со спецификой деятельности фирмы и масштабом её операций. Задачи, которые стоят перед мелкой фирмой, обычно не настолько сложны, чтобы требовать вмешательства квалифицированных научных кадров, да и в финансовом плане маленькая фирма является для университета малопривлекательным партнёром. В сотрудничестве заинтересованы, прежде всего, крупные предприятия, чья деятельность связана с разноплановыми технологическими разработками, а не с рутинными операциями по извлечению прибыли. Примерами такого типа компаний являются корпорации IT-сектора, химической и фармакологической отраслей. Так, в Японии в середине 90-х годов крупнейший национальный производитель лекарственных препаратов ежегодно выделял Медицинской школе уни-

верситета Осаки \$3 млн на разработки в области молекулярной нейробиологии<sup>14</sup>. Таким образом, именно наличие взаимных выгод становится фактором, толкающим фирму и вуз к совместной деятельности.

Следует подчеркнуть, что отношение государства к сотрудничеству университетов и корпораций в плане коммерческого финансирования исследовательских проектов — важный фактор, определяющий саму судьбу такого взаимодействия. Что предпримет государство, наблюдая устойчивый поток денежных средств, перечисляемых фирмой университету в рамках сотрудничества? Не решит ли оно полностью отказаться от финансовой поддержки вуза? Не будет ли оно препятствовать взаимодействию университета и бизнеса, ведь изначально университет создаётся как некоммерческая организация: может ли он получать доход от исследовательских проектов?

В Японии, например, когда институт подобного сотрудничества только формировался, государственные структуры относились к нему крайне настороженно, особенно в плане предоставления средств на проведение НИОКР. Впоследствии Министерство образования осознало, что гораздо перспективнее не препятствовать инициативе, а координировать её. Но изначально, когда японские корпорации не могли удовлетворить потребности в исследовательских разработках в своей стране, они инвестировали средства в реализацию таких проектов в зарубежных университетах. Так, Toshiba сотрудничала с британскими вузами, а компания

<sup>14</sup> Normile D. Universities and companies learn benefits of teamwork. *New Series*. Vol. 266. № 5188. P. 1174. Адрес сайта: <http://www.jstor.org/stable/2885365>.



Daiichi Pharmaceuticals с Калифорнийским университетом<sup>15</sup>. Это доказывает, что важную роль играет не только наличие у сторон стимулов к сотрудничеству, но и доступность полноценного взаимодействия, определяемая институциональной средой.

Бывает, что фирма и университет кооперируются для решения некоторой конкретной задачи: компании выгоднее привлечь к отдельному исследованию квалифицированные университетские кадры, чем содержать у себя штат подобных сотрудников; работникам вуза такая работа даёт ценный практический опыт. В качестве примера можно привести совместный проект Университета штата Оклахома и Enterprise Electronic Corporations, дочерней компании Weather Services International. Компания работала над усовершенствованием метеорологического оборудования; в частности, над технологией использования радаров для прогнозирования торнадо. Такое исследование имело весьма специфический характер, и оно оказалось более результативным при объединении практических наработок сотрудников фирмы и теоретических компетенций университетских учёных. В рамках сотрудничества университет приобрел у компании инновационный высокочастотный радар, с помощью которого учёные изучают динамику возникновения торнадо. Все затраты на исследования, помимо собственно покупки радара, обеспечиваются компанией Weather Services International и составляют более \$1,5 млн<sup>16</sup>. Университету этот проект позволил

собирать и обрабатывать данные о природных катаклизмах, используя высокотехнологичные современные приборы.

Обычно сотрудничество университетов и корпораций в области научных исследований носит ярко выраженный прикладной, а не фундаментальный характер: фирма заинтересована в практических разработках, способных увеличить эффективность её производства, улучшить качество продукции, повысить прибыль, определить оптимальные стратегии развития. Поэтому в рамках данного взаимодействия возникают и некоторые проблемные моменты: не приведёт ли тенденция сотрудничества университетов с фирмами по прикладным вопросам к ущемлению интересов фундаментальных исследований?

Как демонстрируют в своем исследовании Slaughter, Archerd и Campbell, несколько десятилетий назад работа над проектом, финансируемым коммерческой организацией по её заказу, считалась неприемлемой для университетского учёного; предполагалось, что средства на научные разработки исследователь должен получать исключительно из государственных грантов. В настоящее время логика изменилась, и молодые исследователи больше не считают, что денежные средства корпораций — это менее достойный источник финансирования, чем государственные гранты. Один из опрошенных в ходе исследования профессоров считает, что зависимость университетских исследований от финансирования корпораций не сведёт на «нет» фундаментальные исследования, так как внедрение научных разработок в производство происходит сейчас невероятно быстро. Поэтому те исследования, которые можно было бы определить как носящие

<sup>15</sup> Ibid, P. 1175.

<sup>16</sup> Swift S. Collaboration between University Of Oklahoma and Enterprise Electronics Corporation. Адрес сайта: <http://www.medicalnewstoday.com/articles/113382.php>

фундаментальный характер (в силу того, что они выявляли некие принципы или механизмы, а не предлагали конкретных решений), будут востребованы бизнесом, так как на их основе можно в короткие сроки провести массу прикладных исследований и получить прибыль<sup>17</sup>.

Другой проблемный момент, который может возникнуть при сотрудничестве коммерческих организаций и университетов, связан с тем, что деятельность первых направлена на извлечение прибыли, а последних — на создание и свободную передачу знаний. Свободное распространение знаний часто входит в противоречие с конкурентными интересами коммерческих структур: по результатам своего исследования учёный хочет опубликовать отчёт в периодических изданиях и получить отклик коллег, а фирма, выделяя деньги на данное исследование, не предполагает обмена информацией. Целью фирмы является получение патента на продукт, разработанный в ходе исследования, а патентовать имеет смысл лишь то, что не стало достоянием общественности и носит эксклюзивный характер. Фирма даже готова, запатентовав результаты исследования, держать их в тайне (чтобы они не достались конкурентам) до тех пор, пока она сама не сможет ими воспользоваться. Подобная практика компрометирует задачу распространения научного знания, которую ставит перед собой университет. Более того, между корпорацией и университетом, в штате которого числится учёный, может возникнуть конфликт по поводу прав на патентование научных результатов учёного.

<sup>17</sup> Slaughter S., Archerd C.J., Campbell T. Boundaries and quandaries: how professors negotiate market relations. P.135, 137. Адрес сайта: <http://muse.jhu.edu>

Тем не менее, исследовательская работа, проводимая университетами, имеет рыночную стоимость, которую корпорация может реализовать и принести доход обеим сторонам. На волне устойчивого сокращения бюджетных ассигнований вузы вынуждены искать альтернативные источники финансирования своей деятельности. В связи с этим сотрудничество с бизнес-структурами может стать значимым источником дохода, более приемлемым, чем введение или повышение платы за обучение.

К сожалению, российские предприятия слабо взаимодействуют с вузами при реализации научных проектов, предпочитая самостоятельно осуществлять исследовательскую деятельность. Согласно данным статистики, в 2006 году средства предпринимательского сектора, выделенные на финансирование исследований и разработок, составили 83197,9 млн рублей. Из них 82,7% были использованы в самом предпринимательском секторе, 11% поступило в государственный сектор и только 6,2% — в сектор высшего образования<sup>18</sup>. В связи с этим представляется полезным государственное стимулирование данного взаимодействия. Правительственные меры, в частности, могут включать предоставление налоговых льгот тем компаниям, которые отчисляют денежные средства на проведение НИОКР совместно с вузами, а также предприятиям, предоставляющим оборудование и/или материалы для университетских лабораторий.

Ещё одно возможное решение проблемы — создание специальных центров, занимающихся развитием и управлением связей

<sup>18</sup> Источник: Индикаторы науки-2008: стат. сб. М.: ГУ-ВШЭ, 2008. С. 72.

университетов с бизнесом. Фактически такие центры должны выступать консультантами и посредниками между исследователями определённых научных направлений и фирмами, нуждающимися в подобного рода разработках. Представляемые учёными университета программы исследований могут проходить отбор в центре, который будет оценивать их потенциал и предлагать фирмам в соответствующей отрасли. В свою очередь, и сами фирмы в процессе поиска исследователей-партнёров могут обращаться за помощью в центр.

Деятельность центров-посредников в сфере поиска клиентов, ведения переговоров, составления контрактов, оформления патентов

и лицензий должна быть аналогична функционированию коммерческой организации и ориентирована на извлечение прибыли. Это не может входить в компетенцию самого университета как учебного и исследовательского института, а должно являться деятельностью контролируемого университетом аффилированного лица. За свою деятельность центр-посредник получает вознаграждение от фирм, заключивших договора с университетскими исследователями, в размере определённого процента от стоимости научного проекта. Остальная часть суммы, выделенной фирмой на разработку проекта, направляется в университет.