

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОСИСТЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УНИВЕРСИТЕТЕ

С. Н. Залесская

sofia@gmail.com;

Научный руководитель – А. Г. Ветёлкина, старший преподаватель

Данная статья исследует процесс формирования экосистемы предпринимательства в университетской среде. Анализируются преимущества и вызовы, связанные с формированием экосистемы предпринимательства в университете, и предлагаются рекомендации для успешной реализации подобных инициатив. Рассматривается международный опыт молодежных предпринимательских организаций. Результаты исследования позволяют сделать вывод о важности интеграции предпринимательства в образовательную программу университета и его вкладе в развитие студентов и региональной экономики.

Ключевые слова: экосистема предпринимательства; университет; предпринимательская среда университета; вузовское предпринимательство; предпринимательская деятельность.

На сегодняшний день положение высшего учебного заведения во многом определяется его способностью приспосабливаться к меняющимся условиям внешней среды, а также возможностью реализовывать активную предпринимательскую деятельность. Чтобы находиться в процессе развития и делать успехи в усилении уровня конкурентоспособности, университету обязательно требуется учитывать непрерывно изменяющиеся условия и требования внешней среды, факторы которой находятся в диалектическом противоречии, противоположных и взаимоисключающих тенденциях. Решением данной проблемы может выступать формирование экосистемы предпринимательства в университете.

В общем понимании предпринимательская деятельность – это деятельность, осуществляемая на свой риск, направленная на систематическое получение прибыли от продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Предпринимательская экосистема выступает основной формой поддержки и организации предпринимательской деятельности, которая способна обеспечить координацию взаимодействия хозяйствующих субъектов на пути от всеобщей конкуренции к объединению.

Б. Коэн определил экосистему предпринимательства как «разнообразный набор взаимозависимых субъектов в пределах географического региона, которые влияют на формирование и возможную траекторию развития всей группы субъектов и, возможно, экономики в целом».

Проблемы регионального развития также раскрываются в рамках теории предпринимательских сетей. Под предпринимательскими сетями понимаются планомерно организованные на основе долгосрочных контрактов сети предприятий и организаций, участвующих в проектировании, производстве и реализации продукции на определенной территории. С предпринимательскими экосистемами данную концепцию роднит вторичность рыночных механизмов во взаимоотношениях сторон, горизонтальная структура связей, формальная, взаимозависимость сторон, совместное использование специфических активов и компетенций, взаимодополняющих друг друга.

Понятие «вузовского предпринимательства» объединяет две составляющие: инновационность и высокотехнологичность, возникающие за счет соединения научной и технической деятельности вуза.

Во многих вузах активно развиваются предпринимательские идеи среди студентов, у некоторых студентов, преподавателей и ученых имеется предпринимательский опыт, но в настоящее время отсутствует экосистема. Все ее потенциальные элементы функционируют фрагментарно и не согласованно.

Сегодня университеты по всему миру расширяют свои функции: в дополнение к научным исследованиям и профессиональной подготовке студентов к требованиям рынка труда, университеты работают над коммерциализацией инноваций, поддерживают создание студенческих стартапов и подготавливают предпринимателей.

Данные функции стали неотъемлемой составляющей деятельности передовых зарубежных ВУЗов. Все больше из них создают предпринимательские экосистемы, направленные на развитие деловых навыков студентов, предоставляя им доступ к бизнес-инкубаторам и акселераторам, специальным тренингам, курсам и мероприятиям, а также менторскую поддержку.

Управление предпринимательской экосистемой университета должно основываться на понимании ее свойств, к которым следует отнести:

- целостность,
- стратегическую направленность,
- сложность,
- самоорганизованность.

Университеты исторически всегда были центрами развития человеческой мысли, а с переходом в эпоху индустриального и технологического развития именно вокруг университетов формировались зоны развития новых технологий, не только определяющих текущий технологический ландшафт, но и влияющих на экономические и социальные аспекты всей нашей жизни.

Влияние университетов на технологическое развитие невозможно без возникновения и создания вокруг университета того, что принято называть индустриальным окружением.

К развитию предпринимательства необходимо подходить более системно, рассматривая это явление как через призму соответствующего изменения корпоративной культуры университета, развитие предпринимательского мышления и компетенций студентов и преподавателей, так и через последовательное развитие внешнего окружения, создавая, таким образом, устойчивую экосистему университета.

Вузовское предпринимательство не существует автономно. Оно функционирует в рамках конкретной предпринимательской среды, которая оказывает существенное влияние на возможности его развития. Как отмечал в свое время Ф. Хайек, институциональная среда и предпринимательская инфраструктура накладывают определенные ограничения на развитие предпринимательской деятельности в том или ином государстве.

Инфраструктура предпринимательской деятельности – это подсистема хозяйственных экономических отношений в рыночной экономике, которая ориентирована на обслуживание предпринимательских субъектов, реализует свое воздействие, выражающееся в комплексном деловом обслуживании предприятий, посредством особого внутреннего строения, и создает необходимые условия для их устойчивого и эффективного функционирования.

Комплексный анализ проблемы создания предпринимательского университета, а также предпосылки реализации такой модели вуза выполнил А. О. Грудзинский. Он подробно рассмотрел современные проблемы, с которыми сталкиваются не только отечественные, но и европейские университеты, связанные как с сокращением государственного финансирования, демографическими переменами (старение населения), так и с усилением конкуренции между вузами, возложением на университеты социальной ответственности за развитие региона и т. п.

Можно также выделить направления реализации предпринимательской функции университета:

Формирование предпринимательских компетенций у выпускников вуза, повышение их способности к организации и ведению собственного бизнеса на инновационной основе;

Организация новаторской деятельности менеджмента и профессорско-преподавательского состава самого университета, проявляющейся в увеличении доходов и социального эффекта от управленческих инноваций, научно-исследовательской, образовательной и иной не противоречащей уставу вуза деятельности;

Формирование инновационных предпринимательских структур (стартапов, технопарков, бизнес-инкубаторов и др.) с вовлечением научно-преподавательского состава, аспирантов, студентов и выпускников в предпринимательскую деятельность.

Развитие предпринимательства для подавляющего большинства вузов в нашей стране пока, к сожалению, не стало приоритетной задачей. И для объяснения этого есть целый ряд объективных причин, среди которых чрезмерная загруженность студентов, обязательность посещения занятий, а порой и излишняя опека родителей.

Для подтверждения актуальности создания вузовской предпринимательской экосистемы, готовности самого вуза к ней и в целом управления вузовским предпринимательством проводятся следующие анализы:

- Оценка предпринимательского потенциала вуза;
- Оценка уровня предпринимательских намерений студентов;
- Оценка предпринимательской среды университета;
- Оценка предпринимательской компетентности.

Международный опыт молодежных предпринимательских организаций свидетельствует о том, что они выполняют важные функции, прежде всего, в плане налаживания взаимодействия между молодыми предпринимателями, обучения, организации консультаций с состоявшимися бизнесменами, продвижения деловой культуры среди молодежи, создания новых рабочих мест.

В США предпринимательство – третья по популярности специальность в бакалавриате. На едином европейском пространстве высшего образования предпринимательство входит в пятерку наиболее востребованных направлений обучения бакалавров.

Рассмотрим классический пример этого процесса – создание Кремниевой долины в США. Кремниевая долина – эпицентр с большой плотностью высокотехнологичных компаний, связанных с разработкой и производством компьютеров и их составляющих.

Возникновение и развитие этого эпицентра связано со сосредоточением следующих факторов:

1. Ведущие университеты страны;
2. Крупные города на расстоянии менее часа езды;
3. Источники финансирования новых компаний.

Крупнейшим объединением молодых предпринимателей Германии федерального уровня является Wirtschaftsjuvenen Deutschland (WJD). Эта организация объединяет молодых предпринимателей и руководящих работников возрасте до 40 лет. Перед WJD поставлена задача поддержания высокого статуса предпринимателя в обществе, содействия развитию

социально ответственной рыночной экономики, повышению конкурентоспособности германского предпринимательства в мире.

Таким образом, развитие экосистем предпринимательства в сфере высшего образования можно рассматривать как объективную необходимость и реальность современного этапа развития общества, которое позволяет, с одной стороны, улучшить материальное положение ее участников, с другой – способствовать формированию механизма взаимосвязи рынка труда и рынка образовательных услуг, а также обеспечивает мощную социальную поддержку студенчеству на будущее. Поэтому развитие студенческого предпринимательства должно занять особое положение в системе молодежной политики.

Библиографические ссылки

1. *Дорошенко С., Шеломенцев А.* Предпринимательская экосистема в современных социэкономических исследованиях // Журнал экономической теории, 2017. № 4. С. 212–221.
2. *Иванова А. В.* Формирование предпринимательской экосистемы университета: новые вызовы // Сб. трудов междунар.научно-практ. конф. Екатеринбург: ФГАОУ ВПО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», 2012. С. 63–69.
3. *Киреева Н. С., Слепенкова Е. В., Шипунова Т. С., Искандарян Р. А.* Повышение конкурентоспособности вузов: международный опыт академического предпринимательства // Российское предпринимательство, 2017. № 20. С. 2909–2922
4. *Морозевич О. А., Голомазова Е. С.* Кооперация учреждений высшего образования и бизнеса: оценка и развитие. Минск: Белорусский государственный аграрный технический университет, 2019. 273 с.