

О.А. Батурина, Т.В. Варкулевич,
К.В. Смицких, Т.В. Терентьева

**РЕАЛИЗАЦИЯ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА
УНИВЕРСИТЕТА С БИЗНЕС-СРЕДОЙ**

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ
И ИНСТРУМЕНТАРИЙ**



Министерство образования и науки Российской Федерации

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса (ВГУЭС)

**О.А. Батурина, Т.В. Варкулевич,
К.В. Смицких, Т.В. Терентьева**

**РЕАЛИЗАЦИЯ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА
УНИВЕРСИТЕТА С БИЗНЕС-СРЕДОЙ**

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ
И ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

Монография

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2018

УДК 331.105.42
ББК 65.240.502
Б11

Рецензенты: Л.К. Васюкова, канд. экон. наук, доцент,
исполнительный директор
ООО «ДВ Стройинвест»,
Ю.А. Авдеев, канд. экон. наук, ведущий
научный сотрудник, директор
Азиатско-Тихоокеанского
института миграционных процессов

Батурина, О.А.

Б11 Реализация стратегического партнерства университета с бизнес-средой: организационные аспекты и инструментарий : монография / О.А. Батурина, Т.В. Варкулевич, К.В. Смицких, Т.В. Терентьева ; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018. – 116 с.

ISBN 978-5-9736-0413-4

Рассматриваются сущность стратегического партнерства образовательного учреждения, принципы и пути его реализации в контексте создания и функционирования малых инновационных предприятий, приведен обзор существующих практик развития и реализации стратегического партнерства ведущих университетов России, предложена методика оценки эффективности функционирования малых инновационных предприятий, учредителем которых являются университеты.

Для молодых ученых, аспирантов, преподавателей, студентов, представителей бизнес-среды и органов власти, интересующихся проблемами стратегического партнерства и путей его реализации, а также вопросами малого инновационного предпринимательства, получившего активное развитие в последние годы в экономике РФ.

УДК 331.105.42
ББК 65.240.502

© О.А. Батурина, Т.В. Варкулевич,
К.В. Смицких, Т.В. Терентьева,
текст, 2018

ISBN 978-5-9736-0413-4

© ФГБОУ ВО «Владивостокский
государственный университет
экономики и сервиса»,
оформление, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБРАЗОВАНИЯ И БИЗНЕС-СРЕДЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ.....	7
1.1. Практика оценки результативности ведущих университетов России	7
1.2. Организационно-методический подход к обеспечению взаимодействия государственного вуза и бизнес-среды.....	22
1.3. Теоретико-методологические аспекты исследования феномена стратегического партнёрства университета	29
Глава 2. МАЛОЕ ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И БИЗНЕС-СРЕДЫ	44
2.1. Экономическая сущность малых инновационных предприятий.....	44
2.2. Нормативно-правовое регулирование деятельности малых инновационных предприятий	53
2.3. Современное состояние развития малых инновационных предприятий в ДФО	61
Глава 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ.....	72
3.1. Характеристика направлений и отраслевой структуры стратегического партнерства университетов РФ	72
3.2. Методические подходы к оценке эффективности деятельности малого инновационного предпринимательства	86
3.3. Направления повышения эффективности деятельности малого инновационного предпринимательства: российский и зарубежный опыт.....	100
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	108
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	110

ВВЕДЕНИЕ

Одним из ключевых условий достижения устойчивых конкурентных преимуществ государственной экономики и сохранения её лидирующих позиций в социально-экономических системах любого уровня является построение эффективных отношений университетского образования и бизнес-среды, критерием которых могут и должны выступать параметры инновационного развития, освоения новых технологий, роста производительности труда и улучшения качества жизни людей.

Рыночные преобразования, происходящие в России последние десятилетия, не могли не затронуть систему образования. Задачи функционирующих в условиях рынка университетов по обеспечению развития образования, науки и культуры по существу не изменились, однако они вынуждены искать и применять подходы, основанные на коммерциализации многих видов деятельности, а сама деятельность приобретает черты рыночных рискованных предприятий, часто требующих нестандартных решений. Это ведёт к необходимости внедрения более эффективных методов хозяйствования и выдвигает на первый план необходимость разработки системы управления его финансовыми ресурсами, направленной не только на их привлечение и повышение эффективности их использования, но, главным образом, на создание финансово-экономических механизмов, обеспечивающих их экономное и рациональное использование.

Серьезным изменениям за последнее десятилетие подвергся порядок финансирования бюджетных образовательных учреждений. Теперь они имеют возможность оказывать образовательные услуги на платной основе, которые зачастую превалируют над услугами, финансируемыми из государственного бюджета. Между тем, возможность получать средства из внебюджетных источников стимулирует образовательные учреждения развивать новые образовательные услуги для потребителя и брать на себя обязательства по гарантиям обеспечения их качества.

Однако тот же рынок предопределил необходимость решения ранее не свойственной университетам государственной системы высшего образования проблемы завоевания и расширения рынка сбыта образовательных услуг, выживания в условиях жестокой конкуренции.

Сложившаяся ситуация привела к углублению интеграционных процессов: российские субъекты системы высшего образования становятся все более активными участниками предпринимательской и инновационной деятельности, все чаще в терминологии государственных образовательных учреждений употребляются понятия эффективности, в том числе и экономиче-

ской, доходности, рентабельности, финансового результата и др., ранее не свойственные государственным учреждениям, это позволяет стать им объектами инвестиций как со стороны государства, так и со стороны представителей бизнес-сообщества и частных лиц. В то же время эффективно функционирующий университет сам способен инвестировать в развитие инновационных продуктов и технологий, в том числе посредством создания малых инновационных предприятий.

Данная работа посвящена организационно-методическим аспектам взаимодействия вуза и бизнес-среды, разработке инструментария обеспечения эффективности такого взаимодействия, также в ней представлен опыт его реализации на примере Владивостокского государственного университета экономики и сервиса.

Глава 1. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБРАЗОВАНИЯ И БИЗНЕС-СРЕДЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ

1.1. Практика оценки результативности ведущих университетов России

В настоящее время перед российской системой высшего образования Правительством РФ поставлена задача повышения конкурентоспособности российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров и вхождения в список топ-100 мировых научных рейтингов.

Господдержка выделяется отобранным по результатам конкурса ведущим университетам России, чтобы обеспечить место в первой сотне ведущих мировых университетов согласно мировому рейтингу к 2020 году не менее пяти российским университетам [1]. Подобные установки стали продолжением и одним из планируемых результатов реформы отечественной системы образования.

Реформа высшего образования в России идёт практически четыре года. Можно выделить основные содержательные аспекты реформы, которые заключаются:

1) в принятии и реализации нового закона «Об образовании», который направлен на определение целей законодательства об образовании, установление основных понятий данной сферы (в т.ч. и сетевой, под которой понимается «возможность освоения обучающимся образовательной программы с использованием ресурсов нескольких организаций, осуществляющих образовательную деятельность, в том числе иностранных, а также при необходимости с использованием ресурсов иных организаций» [2]), возможных форм получения образования, прав и обязанностей участников образовательного процесса и т.д.;

2) во внедрении федеральных государственных образовательных стандартов нового поколения (далее – ФГОС ВО), предусматривающих реализацию компетентностного подхода, для полноценной реализации которого необходимо привлекать работодателей к участию в образовательном процессе [3]. Эти стандарты должны обеспечить не только соответствие национальным требованиям к образованию, но и интеграцию с другими участниками Болонского процесса. Тем не менее, не учитываются различия между условиями труда в России и Западной Европе, соответственно это затрудняет

мобильность студентов и выпускников, что противоречит провозглашаемым принципам [4];

3) в переходе на двухуровневую систему бакалавр–магистр;

4) в переходе к новым наиболее прогрессивным формам обучения [5];

5) во введении Единого государственного экзамена (далее – ЕГЭ);

6) в организации и проведении оценки университетов и их региональных отделений по показателям мониторинга эффективности (далее – Мониторинг).

Первый Мониторинг эффективности университетов был проведен в 2012 году. На настоящий момент в целях его проведения произошли значительные изменения: Министерство образования и науки РФ (далее Минобрнауки) не принимает решение, в каком из университетов необходимо проводить реорганизацию, под которой ранее понималось закрытие или слияние с более сильным университетом. С 2014 года цель проведения мониторинга – выявлять университеты, которым необходимо повысить собственную эффективность, а решать, каким образом можно это сделать: закрывать их, объединять с другими или ничего не менять – будут только учредители. В 2012–2013 гг., если университет признавался неэффективным и нуждающимся в реорганизации, исполнение этого решения было обязательным. Показатели мониторинга объявляются на текущий год и не являются постоянными, но в укрупнённых группах оцениваются: средний балл ЕГЭ студентов, поступивших на очную форму обучения; объем средств, которые университет получает от собственных научных и конструкторских работ; доля обучающихся иностранных студентов; средняя зарплата преподавателя; обеспеченность университета площадями, критерий трудоустройства выпускников и др.

Помимо оценки результативности деятельности университетов со стороны Минобрнауки некоторые рейтинговые агентства создают свою систему рейтинга российских университетов. Подобные рейтинги содержат различные критерии оценки и направлены на изучение результативности различных сторон деятельности университетов.

Для начала следует отметить, что рейтинги формируются с ориентацией на целевую аудиторию – абитуриентов и их родителей, работодателей. Ни один рейтинг университетов не составлялся для принятия административных решений. Однако в настоящее время рейтинги всё чаще из информационных инструментов превращаются в инструменты управления как внутри университета, так и на уровне государства. В связи с этим особенно важно разобратся в их сущности и правилах составления.

1. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» по инициативе и при поддержке фонда «Вольное дело» Олега Дерипаска.

Рейтинг отражает интегральную оценку качества подготовки выпускников, определяемую статистическими параметрами образовательной и научно-исследовательской деятельности высших учебных заведений и качественными характеристиками, отражающими мнение ключевых референтных групп: работодателей, представителей академических и научных кругов, а также студентов и выпускников университетов.

Критерии оценки:

- условия для получения качественного образования в университете (вес = 50%). Интегральная оценка уровня преподавания (3 критерия), степени международной интеграции (4 критерия), ресурсной обеспеченности университета (4 критерия) и степени востребованности абитуриентами (3 критерия);

- уровень востребованности работодателями выпускников университета (вес = 30%). Интегральная оценка качества карьеры выпускников (7 критериев), сотрудничества с работодателями (5 критерия);

- уровень научно-исследовательской активности университета (вес = 20%). Интегральная оценка инновационной активности (11 критериев), научных достижений (5 критериев) и инфраструктуры (3 критерия).

2. Национальный рейтинг университетов [6].

Рейтинг отражает интегральную оценку качества подготовки выпускников, определяемую статистическими параметрами образовательной и научно-исследовательской деятельности высших учебных заведений и качественными характеристиками.

Критерии оценки¹:

- образовательная деятельность университета (вес в оценке – 20%);

- научно-исследовательская деятельность университета (20%);

- социализаторская деятельность университета (15%);

- международная деятельность университета (15%);

- бренд университета (15%);

- общественное мнение о деятельности университета (15%).

3. Всемирный рейтинг университетов (Times Higher Education World Universities Rankings).

Рейтинг оценивается на основании результатов комбинации статистического анализа деятельности университетов, аудированных данных, а также результатов ежегодного глобального экспертного опроса представителей международного академического сообщества и работодателей, которые высказывают свои мнения об университетах [7].

Критерии оценки:

- «Обучение и среда обучения» – вес 30%;

- «Исследования – объём, доход, репутация» – вес 30%;

- «Цитирование, влияние, авторитетность» – вес 30%;

- «Доход от производственной деятельности: инновации» – вес 2,5%;

- «Международный имидж: студенты, сотрудники, исследования» – вес 7,5%.

4. Рейтинг лучших университетов мира (QS World University Rankings).

Компания QS подсчитывает несколько рейтингов по специализациям университетов и по регионам, но основным считается World University Ranking, который обычно и подразумевается под рейтингом QS. В нём учитываются все научные направления и все регионы. QS имеет Научный совет, куда входят представители СМИ и университетов.

¹ Весовые критерии приведены согласно Методике построения Национального рейтинга университетов 2014/2015 учебного года.

Критерии оценки:

- экспертный опрос в научной среде – 40%;
- опрос работодателей – 10%;
- соотношение студентов к профессорско-преподавательскому составу – 20%;
- количество цитирований на одного сотрудника профессорско-преподавательского состава – 20%;
- доля иностранных студентов – 5%;
- доля иностранных сотрудников среди профессорско-преподавательского состава – 5%.

5. Академический рейтинг университетов мира (Academic Ranking of World Universities) [8] или Шанхайский рейтинг.

Рейтинг ARWU интересен тем, что, во-первых, не составляется в странах-лидерах глобальных рейтингов, т.е. в США или Великобритании, а в Китае. Во-вторых, его составлением занимается не коммерческая компания, а государственное научно-образовательное учреждение. В-третьих, сам Шанхайский университет Цзяотун, в котором на бакалавров и магистров обучаются около 36 000 студентов, из них 1700 иностранцев, а число преподавателей и исследователей составляет около 2900 человек, занимает довольно низкие позиции в рейтингах QS и Times.

Критерии оценки:

- Alumni, 10% – общее число выпускников, получивших Нобелевскую или Филдсовскую премию;
- Award, 20% – общее число сотрудников университета, получивших Нобелевские награды по физике, химии, медицине или экономике или Филдсовскую медаль по математике на момент работы в университете. Годы получения премий имеют разный коэффициент;
- HiCi, 20% – число наиболее высокоцитируемых учёных. Используется база данных Highly Cited Research компании Thomson Reuters;
- N&S, 20% – число научных статей, опубликованных в журналах Nature и Science в период с 2010 по 2014 г. (для рейтинга 2015 г.);
- PUB, 20% – общее число статей, индексированных в базах Science Citation Index – Expanded и Social Science Citation Index в 2014 г. (для рейтинга 2015 г.);
- PCP, 10% – баллы пяти предшествующих индикаторов, разделённые на эквивалентное число научных сотрудников, работающих на полную ставку.

Проанализировав данные по национальному рейтингу университетов (<http://univer-rating.ru/>) за 2010–2015 гг., можно сделать вывод об определенной стабильности первой десятки (табл. 1.1) лидирующих университетов в рейтинге. Их позиции менялись в пределах 1–3 пунктов в год, кроме МГУ им. Ломоносова, который на протяжении более 4 лет занимает первое место. Также стабильность второго места наблюдается и у СПбГУ, за исключением 2–3 места в 2010 году в национальном рейтинге вместе с Национальным исследовательским университетом МФТИ.

Таблица 1.1

Позиция университетов-лидеров в рейтингах и мониторинге

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в между-народных рейти-гах (2013–2014)		Количество выполненных показате-лей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шан-хайский рейтинг	2013	2014
Московский государствен-ный универ-ситет им. М.В. Ломоно-сова	1	1	1	1	1	226–250 (196)	84	7	7
Национальный исследова-тельский ядерный уни-верситет «МИФИ»	2	3	3	5–6	7	–	–	6	7
Национальный исследова-тельский уни-верситет МФТИ	3	4	4–6	3	2–3	–	–	7	6
Московский национальный исследова-тельский тех-нический уни-верситет им. Н.Э. Баумана	4	7	4–6	4	8	–	–	7	6
Санкт-Петер-бургский госу-дарственный университет	5–6	2	2	2	2–3	–	301–400	7	7
Российский университет дружбы наро-дов	5–6	5–6	4–6	5–6	4	–	–	6	6
Новосибир-ский нацио-нальный ис-следователь-ский государ-ственный уни-верситет	7	5–6	7	7–8	5–6	–	–	6	7

Продолжение табл. 1.1

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в международных рейтингах (2013–2014)		Количество выполненных показателей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шанхайский рейтинг	2013	2014
Томский национальный исследовательский государственный университет	8	8	8	9	5–6	–	–	5	7
Томский национальный исследовательский политехнический университет	9	9	9	11	13	-	-	7	7
Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики	10	15	17	21–22	31–35	–	–	5	7
Казанский (Приволжский) федеральный университет	11–12	11–12	15–16	12–13	16–18	–	–	5	7
Национальный исследовательский технологический университет МИСиС	11–12	11–12	12–14	14	16–18	–	–	6	7
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина	13	13	10–11	10	14	-	-	6	7
Санкт-Петербургский национальный исследовательский политехнический университет	14	10	10–11	15–17	9–11	–	–	7	7
Университет ИТМО	15	17	18–22	27–29	31–35	–	–	5	7
Сибирский федеральный университет	16–17	14	12–14	19–20	9–11	–	–	5	7

Продолжение табл. 1.1

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в между-народных рейтин-гах (2013–2014)		Количество выполненных показателей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шан-хайский рейтинг	2013	2014
Российская академия на-родного хозяй-ства и государ-ственной службы при Президенте РФ	16–17	16	–	–	–	–	–	4	6
Казанский на-циональный исследователь-ский техноло-гический уни-верситет	18	22	15–16	12–13	12	–	–	6	6
Саратовский национальный исследователь-ский универ-ситет им. Н.Г. Черны-шевского	19	18	18–22	15–17	15	–	–	5	7
Московский авиационный институт (на-циональный исследователь-ский универ-ситет)	20	20–21	25–25	23–26	31–35	–	–	5	6
Нижегород-ский нацио-нальный ис-следователь-ский универ-ситет им. Н.И. Лобачев-ского	21	23–25	18–22	19–20	19–21	–	–	6	7
Воронежский государственный универси-тет	22	20–21	27–30	18	22–23	–	–	6	7
Российский национальный исследователь-ский универ-ситет нефти и газа им. И.М. Губкина	23	19	18–22	15–17	36–38	–	–	7	7
Южный феде-ральный уни-верситет	24	23–25	12–14	7–8	9–11	–	–	6	7

Продолжение табл. 1.1

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в международных рейтингах (2013–2014)		Количество выполненных показателей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шанхайский рейтинг	2013	2014
Дальневосточный федеральный университет	25	26	24–25	23–26	28–30	–	–	7	5
Финансовый университет при Правительстве РФ	26	23–25	–	–	–	–	–	6	7
Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина)	27	28	–	–	–	–	–	7	7
Национальный исследовательский университет «МИЭТ»	28	29	27–30	33–34	31–35	–	–	5	5
Первый Московский государственный медицинский университет им. И.М. Сеченова	29	43	–	–	–	–	–	6	5
Национальный исследовательский университет МЭИ	30–31	30–31	27–30	27–29	22–23	–	–	6	5
Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева	30–31	33	–	–	–	–	–	4	5
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова	32	38–39	35–36	58–60	60–63	–	–	4	4
Иркутский национальный исследовательский технический университет	33	30–31	23	30–31	19–21	–	–	6	6
Кубанский государственный университет	34	38–39	26	23–26	36–38	–	–	6	7

Продолжение табл. 1.1

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в между- народных рейтин- гах (2013–2014)		Количество выполненных показателей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шан- хайский рейтинг	2013	2014
Российский экономический университет им. Г.В. Плеха- нова	35	40	–	–	–	–	–	5	7
Мордовский национальный исследователь- ский универси- тет им. Н.П. Огарева	36– 38	34	27–30	30– 31	24– 27	–	–	6	5
Тюменский государствен- ный универси- тет	36– 38	44	33–34	32	39– 40	–	–	6	7
Казанский на- циональный исследователь- ский техниче- ский универси- тет им. А.Н. Туполева	36– 38	45	31–32	27– 29	19– 21	–	–	7	7
Петрозаводский государствен- ный универси- тет	39	41	46–50	40– 46	24– 27	–	–	5	7
Российский государствен- ный гуманитар- ный универси- тет	40	42	41–43	47– 49	49– 52	–	–	3	6
Московский национальный исследователь- ский строитель- ный универси- тет	41	36	33–34	35– 36	48	–	–	3	5
Российский государствен- ный педагоги- ческий универ- ситет им. А.И. Герцена	42	46	44–45	40– 46	16– 18	–	–	4	7
Уфимский го- сударственный авиационный технический университет	43	49	–	–	–	–	–	5	5

Продолжение табл. 1.1

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в международных рейтингах (2013–2014)		Количество выполненных показателей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шанхайский рейтинг	2013	2014
Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)	44	35	–	–	–	–	–	3	6
Иркутский государственный университет	45	48	46–50	40–46	28–30	–	–	5	6
Национальный минерально-сырьевой университет «Горный»	46	63	54	61–62	67–68	–	–	6	7
Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева	47	50	–	–	–	–	–	7	7
Пермский национальный исследовательский университет	48	32	31–32	33–34	24–27	–	–	5	6
Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники	49	58	–	–	–	–	–	4	6
Санкт-Петербургский государственный экономический университет	50	47	–	–	–	–	–	4	6
Самарский национальный аэрокосмический университет им. С.П. Королева	51	48	61–64	61–62	45–46	–	–	7	7
Российский национальный исследовательский медицинский университет им. Н.И. Пирогова	52–53	66	37–40	23–26	45–46	–	–	4	4

Продолжение табл. 1.1

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в между- народных рейтин- гах (2013–2014)		Количество выполнен- ных показа- телей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шан- хайский рейтинг	2013	2014
Московский автомобильно- дорожный госу- дарственный технический университет	52– 53	10	–	–	–	–	–	5	5
Российский государствен- ный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева	54	52	–	–	–	–	–	5	5
Тюменский государствен- ный нефтегазо- вый университет	55	74– 75	–	–	–	–	–	6	6
Кабардино- Балкарский го- сударственный университет им. Х.М. Бербекова	56	67– 68	51–53	47– 49	49– 52	–	–	7	5
Ярославский государствен- ный универси- тет им. П.Г. Демидова	57	51	41–43	40– 46	43– 44	–	–	5	6
Алтайский го- сударственный университет	58	54	37–40	37	57– 59	–	–	5	7
Белгородский национальный исследователь- ский университет	59	37	37–40	40– 46	24– 27	–	–	5	7
Санкт-Петер- бургский госу- дарственный университет аэрокосмиче- ского приборо- строения	60	59	–	–	–	–	–	4	6
Тверской госу- дарственный университет	61	57	44–45	50– 53	64– 66	–	–	6	6
Московский пе- дагогический государствен- ный универси- тет	62– 64	53	35–36	38– 39	41– 42	–	–	4	6

Продолжение табл. 1.1

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в международных рейтингах (2013–2014)		Количество выполненных показателей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шанхайский рейтинг	2013	2014
Южно-Уральский национальный исследовательский университет	62–64	73	67	63–64	28–30	–	–	5	7
Новосибирский государственный технический университет	62–64	69	–	–	–	–	–	6	7
Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова	65	65	56–60	69–70	53–56	–	–	7	7
Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых	66	55–56	37–40	35–36	53–56	–	–	4	6
Пензенский государственный университет	67	61	46–50	38–39	57–59	–	–	6	7
Московский государственный университет путей сообщения	68	27	18–22	21–22	–	–	–	3	4
Самарский государственный университет	69	72	56–60	50–53	53–56	–	–	5	6
Тульский государственный университет	70	70–71	46–50	50–53	60–63	–	–	7	6
Московский государственный университет тонких химических технологий им. М.В. Ломоносова	71	77–78	–	–	–	–	–	5	6
Уфимский государственный нефтяной технический университет	72	103	–	–	–	–	–	6	7

Продолжение табл. 1.1

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в международных рейтингах (2013–2014)		Количество выполненных показателей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шанхайский рейтинг	2013	2014
Омский государственный университет имени Ф.М. Достоевского	73	60	41–43	40–46	43–44	–	–	5	6
Ульяновский государственный университет	74	80	61–64	58–60	60–63	–	–	6	5
Российский новый университет	75	67–68	–	–	–	–	–	4	5
Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова	76	157	98–102	96–102	95–96	–	–	3	5
Государственный университет управления	77	84	–	–	–	–	–	5	4
Удмуртский государственный университет	78	77–78	46–50	47–49	64–66	–	–	5	6
Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта	79	76	55	69–70	64–66	–	–	6	7
Московский государственный технический университет радиотехники, электроники и автоматики	80	91–92	–	–	–	–	–	6	6
Пермский национальный исследовательский политехнический университет	81	85	61–64	58–60	36–38	–	–	7	7
Самарский государственный технический университет	82	–	–	–	–	–	–	5	6

Продолжение табл. 1.1

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в между-народных рейтин-гах (2013–2014)		Количество выполненных показателей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шан-хайский рейтинг	2013	2014
Северо-Кавказ-ский федераль-ный универси-тет	83	95	65–66	–	–	–	–	4	7
Дагестанский государствен-ный универси-тет	84	70–71	51–53	40–46	49–52	–	–	4	5
Дагестанский государствен-ный техниче-ский универси-тет	85–87	79	–	–	–	–	–	6	5
Сибирский го-сударственный медицинский университет	85–87	–	–	–	–	–	–	6	5
Санкт-Петер-бургский госу-дарственный морской техни-ческий универ-ситет	85–87	97–98	–	–	–	–	–	5	4
Омский госу-дарственный технический университет	88	87	–	–	–	–	–	5	5
Всероссийская академия внеш-ней торговли Министерства экономического развития РФ	89–90	93	–	–	–	–	–	4	5
Московский го-сударственный лингвистиче-ский универси-тет	89–90	–	–	–	–	–	–	4	6
Санкт-Петер-бургская госу-дарственная химико-фарма-цевтическая академия	9–92	–	–	–	–	–	–	6	6
Московский го-сударственный технологи-ческий универси-тет «Станкин»	91–92	–	–	–	–	–	–	7	7

Университет	Позиция в национальном рейтинге					Позиция в международных рейтингах (2013–2014)		Количество выполненных показателей	
	2014	2013	2012	2011	2010	Рейтинг Times	Шанхайский рейтинг	2013	2014
Рязанский государственный радиотехнический университет	93	51	–	–	–	–	–	6	7
Новосибирский государственный университет экономики и управления	94–95	89–90	–	–	–	–	–	5	6
Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф. Решетнёва	94–95	102	–	–	–	–	–	5	5
Кемеровский государственный университет	96	74–75	51–53	50–53	53–56	–	–	3	7
Оренбургский государственный университет	97	82	56–60	54–55	41–42	–	–	6	7
Московский государственный машиностроительный университет МАМИ	98–99	83	–	–	–	–	–	2	5
Томский государственный архитектурно-строительный университет	98–99	–	–	–	–	–	–	5	5
Волгоградский государственный технический университет	100	107–108						7	6

Примечание: сост. автором на основе анализа источников [6, 7, 8, 9].

Стоит отметить, что резких скачков в позициях рейтинга не наблюдается до 38 места: Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова в 2012 году преодолел более 20 позиций по сравнению с 2011 г.

Основным фактором, чаще всего влияющим на положение в рейтинге университета, является выполнение показателей индивидуальной нормы для

каждого университета, к которым относятся норма доходов, общее число студентов высшего и средне-специального образования, научная и международная деятельность, репутация. Следовательно, изменения в каждом из этих показателей влияют на местоположение университета в рейтинге.

Российские университеты практически не попадают в международный рейтинг, что показывает табл. 1.1. Это свидетельствует о низкой результативности интернационализации образования. Согласно «Academic Ranking of World Universities» или «Шанхайскому» рейтингу университетов, в 2013 г. в рейтинг попало всего 2 российских университета: МГУ им. Ломоносова и СПбГУ, заняв 84 и 301/400 места соответственно.

В оценку рейтинга «Times Higher Education» попал только МГУ им. Ломоносова, заняв там в 2013 году место 226/250, но уже в 2014 году поднялся до 196, тем самым войдя в первые 200 лучших университетов мира.

Чтобы выполнить задачу вхождения 5-ти российских университетов в Топ-100 международных рейтингов, необходимо российским университетам более активно участвовать в международной академической и научной жизни; привлекать в штат университетов иностранную профессуру, причем на срок не менее 3-х месяцев (именно с таким минимальным сроком пребывания рейтинговые агентства рассматривают профессора в качестве «международного»); получить международную аккредитацию образовательных программ; обучать иностранных студентов, а также активно участвовать в создании и развитии сетевых партнёрских взаимодействий с бизнес-средой, чтобы российская высшая школа развивалась в единой системе координат с общемировым образовательным пространством.

1.2. Организационно-методический подход к обеспечению взаимодействия государственного вуза и бизнес-среды

Обеспечение приоритетного развития высшего образования (ВО) в современной российской экономике предусмотрено политикой государства и требует решения комплекса проблем, среди которых важное место занимают вопросы совершенствования системы функционирования в сферы ВО и повышения эффективности деятельности вузов, в частности, посредством создания финансово-экономических механизмов, обеспечивающих инвестиционную привлекательность образования.

Интеграция России в мировую экономику и международное образовательное и научное пространство приводит к коренным изменениям в жизни общества, созданию нового формата взаимоотношений между субъектами рынка, пересмотру принципов и методов управления экономикой. Сфера образовательных услуг не является исключением. Сегодня вузы России, функционируя как субъекты рыночной экономики, имеют ряд особенностей и вынуждены работать в условиях некоторой неопределенности относительно своего будущего [10].

В условиях рыночной экономики задачи вузов по обеспечению развития образования, науки и культуры по существу не изменились, однако они вынуждены искать и применять подходы, основанные на коммерциализации мно-

гих видов деятельности, а сама деятельность приобретает черты рыночных рисков предприятий, часто требующих нестандартных решений. Во многом сегодня систему высшего профессионального образования можно определить как вполне самостоятельный и весьма доходный сегмент бизнеса.

Отношения вуза с окружающей средой в современных условиях характеризуются углубляющейся асимметрией между запросами среды и способностью вуза их удовлетворять.

Между тем, рынок и свойственная ему конкуренция породили увеличение востребованности среди вузов предпринимательской идеологии, предполагающей поиск механизмов обеспечения эффективных экономических отношений образовательных учреждений и бизнес-сообщества. И все чаще возникает вопрос о необходимости разработки инструментария эффективного взаимодействия государственного вуза и представителей реального сектора бизнеса, способного обеспечить взаимовыгодность и высокую результативность таких отношений.

Реализация концепции развития образования и науки последнего десятилетия сформировала базу для решения следующих основных задач, направленных на усиление роли национальной системы образования в социально-экономическом развитии страны:

- приведение содержания, технологий обучения и методов оценки качества образования в соответствие с требованиями современного общества;
- разработка механизмов управления, адекватных задачам развития национальной системы образования;
- создание финансово-экономических механизмов, обеспечивающих инвестиционную привлекательность образования.

При этом требования, предъявляемые к вузам со стороны государства и общества, становятся все выше. В связи с этим сегодня идет становление нового подхода к управлению вузом и высшей школой в целом, отличительная особенность которого заключается в использовании интеллектуального потенциала, систематическом и крупномасштабном применении организационно-управленческих инноваций, целевым образом воздействующих на рыночный спрос и результат деятельности, а также в повышении инвестиционной привлекательности вуза, в первую очередь, для бизнес-партнеров.

Формирование новой экономики – экономики знаний, обусловило изменение требований к функционированию университетов. Результативность университетов оценивается через различные показатели и рейтинги, часть которых направлена на оценку результатов стратегического партнерства (НИР, трудоустройство, дополнительные программы и т.д.), что в свою очередь повлекло необходимость поиска новых форм взаимодействия с целью обеспечения требуемого (должного) уровня результативности.

Таким образом, актуализируются вопросы, связанные с поиском и реализацией форм хозяйствования, обеспечивающих эффективность деятельности.

В условиях рыночной экономики среди вузов все более востребованной становится предпринимательская идеология, предполагающая поиск механизмов обеспечения эффективных экономических отношений образовательных учреждений и бизнес-сообщества в лице, прежде всего, представителей

реального сектора бизнеса, запросы которого сегодня в адрес вуза не ограничиваются лишь основным его «продуктом» – выпускниками, перечень возможных совместных проектов достаточно широк, а требования к качеству их реализации очень высоки.

В контексте современных технологий управления вопрос о стратегическом управлении в государственном вузе уже не является новым. Нацеленные на развитие и эффективность своего функционирования университеты живут по классическим канонам менеджмента, формируя видение, миссию, стратегию. В условиях ограниченности ресурсов, нестабильности заказчиков, конкуренции определение стратегии деятельности вуза становится жизненно необходимо. Миссия (генеральная цель) университетов обозначена государством как подготовка специалистов соответствующего уровня, а также удовлетворение потребности личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии. Кроме того, университеты призваны развивать науку посредством научных исследований и творческой деятельности научно-педагогических работников и обучающихся [11].

На основе миссии вырабатываются цели вуза, которые направлены на обеспечение непрерывности его развития.

При этом система взаимоотношений вуза с внешней средой занимает особое место. Разработка стратегии эффективного взаимодействия университета и бизнес-среды должна обеспечить качественно новый подход к формированию отношений вуза с бизнес-структурами разного уровня, способных обеспечить их взаимовыгодность, что в современных условиях хозяйствования может стать для вуза необходимым условием реализации его экономической стратегии, финансовой устойчивости, конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности и эффективного функционирования в долгосрочной перспективе.

Однако современный этап функционирования учебных заведений характеризуется рядом проблем, выявленных нами на примере Приморского края:

1. Резкое сокращение крупных предприятий и объединений, которые формируют политику целевой подготовки кадров с дальнейшей их переподготовкой для возможности карьерного роста. На сегодняшний день складывается тенденция увеличения численности хозяйствующих субъектов малого и среднего бизнеса, неохотно идущих на контакт с образовательным сообществом ввиду отсутствия необходимости в стабильном количестве специалистов высшей квалификации и перспектив дальнейшего развития в связи со сложившейся экономической ситуацией и реальной политикой правительства в отношении ПК, что делает весьма трудно реализуемым установление деловых отношений между вузом и бизнесом.

2. Масштабное распространение в Приморском крае влияния бизнес-структур из «Центра» с последующей перерегистрацией приморских предприятий в других субъектах РФ. Это влечет за собой формирование новой политики кадрового обеспечения с целью управления деятельностью этих субъектов хозяйствования.

3. Явно негативные структурные сдвиги в экономике ПК, выражающиеся в сокращении доли промышленных предприятий (с 60 до 17%) и усилении

доли предприятий сферы услуг. При такой структуре формирования ВРП ПК также имеет явно негативные тенденции.

4. В крае практически отсутствует система мониторинга функционирования предпринимательских структур, в том числе их перехода к более высокому уровню и масштабам производственно-коммерческой деятельности.

5. В крае отсутствует утвержденная программа приоритетного развития различных отраслей и видов экономической деятельности с разработанными и утвержденными средне- и долгосрочными параметрами объемов производства и численности занятости.

6. Как на уровне края, так и в масштабах РФ отсутствует должное внимание мониторингу и координации процессов развития и взаимодействия рынков труда и образовательной среды.

7. Значительное замедление темпов внедрения научно-технического прогресса в сферу производства и услуг, падение производительности труда и уровня использования прогрессивных технологий в реальном секторе бизнеса, необходимость снижения издержек приводят к сокращению спроса на специалистов высшей квалификации.

8. Проблема демографии, в том числе увеличение темпов миграции работоспособного населения, в первую очередь квалифицированных специалистов за пределы Приморского края.

Все вышеизложенное требует разработки нового инструментария взаимодействия образовательного учреждения и бизнес-среды, способного обеспечить эффективные и взаимовыгодные экономические отношения между ними.

Актуальность разработки стратегии взаимодействия вуза с бизнес-средой определяется на современном этапе функционирования субъектов высшего образования рядом важнейших условий:

1. Интенсивность изменений факторов внешней среды вызвана трансформацией и реструктуризацией высшей школы. В результате происходит изменение организации взаимодействия университета с учредителем (государством) и подхода к финансированию вуза: сужение границ ГСО, расширение, передача ряда операционных функций учредителя по управлению финансами в компетенцию вуза, внедрение программно-целевого подхода к управлению вузом. Разрабатываемая стратегия должна позволить заблаговременно адаптировать финансовую деятельность к предстоящим кардинальным изменениям возможностей его экономического развития [12].

2. Принципиальное изменение условий микросреды университета, направленных на повышение его инвестиционной привлекательности и формирование финансовой ответственности перед партнёрами, определяет необходимость замены централизованного административного управления вузом в сфере взаимодействия с внешними партнерами на механизм организационно-экономической координации и регулирования деятельности его подразделений на основе делегирования полномочий и ответственности. Отсутствие единой стратегии вуза, адаптированной к возможным изменениям факторов внешней и внутренней среды, может привести к разноплановости и противо-

речивости решений отдельных структурных подразделений вуза, снижению эффективности механизма взаимодействия с бизнес-средой в целом.

3. Расширение состава видов деятельности вуза, приводящее к диверсификации его отношений с партнерами, предопределяет необходимость формирования проектов, способных стать объектами инвестиций как со стороны учредителя, в лице Министерства образования и науки РФ, так и представителей бизнес-среды.

Указанные предпосылки требуют выработки общей концепции функционирования механизма управления организационно-экономическими отношениями субъектов ВО и представителей реального сектора бизнеса.

Итак, стратегия взаимодействия университета с бизнес-сообществом, разработанная с учётом возможных изменений факторов внутренней и внешней среды, жизненного цикла вуза, направлений и целей операционной деятельности, может позволить своевременно адаптироваться к стремительно изменяющимся запросам рынков услуг (образовательных и сопутствующих им), технологий, инноваций, труда и др.

По нашему мнению, стратегия взаимодействия университета и бизнеса представляет собой одну из важнейших составляющих его функциональной стратегии, обеспечивающей основные направления развития всех видов деятельности университета и максимальной их диверсификации, формирование долгосрочных целей, выбор наиболее эффективных путей их достижения, адекватной корректировки направлений формирования и использования собственных и привлеченных ресурсов при изменении условий внутренней и внешней среды.

Стратегия взаимодействия вуза с бизнес-сообществом должна базироваться на принципах формирования взаимоотношений с существующими партнерами, направленных на повышение их эффективности, а также привлечение новых и определяющих требования к системе создания и управления этими отношениями и их эффективность [13].

Поскольку данная стратегия является одной из основных функциональных стратегий вуза, то для неё применимы традиционные принципы: самоорганизация, взаимозависимость, выделение приоритетов, гибкость, альтернативность, учёт финансовых рисков, качество управления финансовой деятельностью, организационные изменения, культура управления.

На наш взгляд, в процессе разработки стратегии взаимодействия университета и бизнес-сообщества необходимо руководствоваться комплексом методических принципов, не только традиционных, но и новых для вуза, например:

- принцип ответственного менеджмента;
- принцип финансовой устойчивости;
- сбалансированности целей;
- принцип внутреннего контроля;
- программно-целевой принцип.

При этом комплекс указанных принципов принимает совершенно новое качество применительно к университету, поскольку при грамотном подходе к их реализации взаимодействие этих принципов представляет собой систему,

обладающую синергическими свойствами – необходимым условием построения устойчивой системы качественного менеджмента при взаимодействии вуза и бизнеса.

Перейдем к раскрытию их содержания применительно к университету.

1. *Принцип самоорганизации.* При разработке стратегии взаимодействия университета с бизнес-средой первый необходимо рассматривать как социально-экономическую систему, открытую для активного взаимодействия с факторами внешней среды. Очевидно, система, использующая принцип самоорганизации, постоянно находится в поиске наиболее эффективных инструментов взаимоотношений с внешней средой, усиливая их положительной обратной связью. В процессе такого взаимодействия университет старается обрести соответствующую пространственную, временную или функциональную структуру без специфического воздействия извне в условиях экономики рыночного типа, которое рассматривается как способность к самоорганизации.

2. *Принцип взаимозависимости (соответствия) стратегии взаимодействия с бизнес-средой и общеуниверситетской (корпоративной) стратегии.* С одной стороны, описываемая нами стратегия является частью общей стратегии, носит по отношению к ней подчинённый характер и должна соответствовать и быть согласована со стратегическими приоритетами вуза, разработанными на основе миссии. С другой стороны, она призвана способствовать укреплению устойчивости важнейших сфер деятельности вуза и его структурных подразделений, которая, в свою очередь, служит необходимым условием обеспечения стабильности их существования.

Взаимодействие необходимо сосредоточить на направлениях, являющихся приоритетными для вуза, а стратегия должна обеспечить его эффективность, направленную на всестороннее развитие университета в соответствии с выбранной корпоративной стратегией.

3. *Принцип приоритетности* (приоритетных направлений деятельности университета во взаимодействии с бизнесом).

Данный принцип позволяет разрабатывать стратегии, обеспечивающие реализацию главной целевой функции вуза – устойчивое развитие по всем направлениям деятельности в средне- и долгосрочной перспективе.

4. *Принцип гибкости (маневрирования)* – это потенциальная возможность университета быстро корректировать или разрабатывать новые стратегические решения при изменении внешних и внутренних условий осуществления своей деятельности, а также деятельности своих бизнес-партнеров, в том числе потенциальных.

5. *Принцип альтернативности.* В основе стратегических решений в рамках взаимодействия с бизнес-сообществом должны лежать активный поиск альтернативных направлений, форм и методов осуществления образовательной и иной деятельности, выбор лучших из них, а также выработка и построение на этой основе стратегии и формирование механизмов её устойчивой реализации.

6. *Принцип учёта рисков.* Основные решения, принимаемые в процессе взаимодействия вуза с бизнес-сообществом, в той или иной степени могут

быть подвергнуты различным рискам, которые могут быть вызваны изменением принципов государственного финансового регулирования деятельности вуза, отсутствием способа перехода от стратегии к оперативной деятельности; сокращением размеров финансирования как из бюджетных, так и внебюджетных источников. Особенно сильно уровень риска возрастает в периоды колебания курса валют и роста инфляции.

Чтобы минимизировать возможные отрицательные последствия, связанные с рисками, в процессе разработки стратегии взаимодействия необходимо предусмотреть формирование системы целевых индикаторов и показателей с периодическим мониторингом и, возможно, корректировкой самой стратегии и проектов, сформированных и реализуемых в ее рамках.

7. *Принцип качества управления системой взаимодействия вуза с бизнес-сообществом и проектами*, возникшими в результате этого взаимодействия. Определяющими факторами обеспечения качества управления процессами взаимодействия вуза и бизнеса, на наш взгляд, являются:

- повышение квалификации менеджеров и руководителей подразделений, что предусматривает повышение уровня профессионализма и формирование у них новых компетенций, таких, как, «стратег», «менеджер развития», «менеджер проекта», «менеджер связей» и др.;

- улучшение средств организации управленческого труда, предполагающее организацию технологического процесса переработки потока информации с помощью современных информационных технологий, автоматизацию отдельных участков управления (составление бюджетов, ведение управленческого учета и отчетности), разработку и развитие корпоративной базы данных, инструментов учёта.

У значительной части руководителей образовательных учреждений остаются актуальной проблемой недостаток управленческих навыков и сопротивление рыночным изменениям в университете, коснувшимся «университетских традиций». Изменения внешней среды, затронувшие систему образования и академическую деятельность, характеризуются конкуренцией за ресурсы и заказы, незащищённостью правовой среды, становлением новых психологических условий работы коллектива университета и требуют реформирования и адаптации системы управления, её структуры, пересмотра организационных принципов, обеспечения эффективной управленческой деятельности [14].

8. *Принцип организационных изменений* предполагает обеспечение стратегий университета адекватной организационной структурой управления, способной привести к реальной и эффективной их реализации.

Сегодня происходит замещение системы управления университетом с «профессиональной бюрократии», построенной на принципах иерархии, формализации и автократии, на «органичную организацию», построенную на принципах сотрудничества, демократии и самоуправления. Отступление от традиционных (классических) норм способствует изменению организационной структуры, подходов к труду и системе мотивации. В контексте новой организационной структуры университета принципиальным элементом ее становится не отдельный исполнитель, а самоуправляемая команда, объеди-

нённая одной целью – проектом, реализация которого способствует повышению эффективности деятельности образовательного учреждения, его инвестиционной привлекательности со стороны бизнеса-сообщества и привлечению дополнительных финансовых ресурсов. При этом изменяются информационные и финансовые потоки между подразделениями, отдельными проектами, вузом и бизнес-партнерами, происходит расширение функций и полномочий руководителей отдельных подразделений (например, директоров институтов, заведующих выпускающими кафедрами) и увеличение их ответственности за результаты своей деятельности и деятельности их подразделений.

9. *Принцип социальной и финансовой ответственности и устойчивости.* Стратегия эффективного взаимодействия вуза и бизнес-сообщества призвана способствовать укреплению социальной и финансовой стабилизации вуза. При этом устойчивое финансовое положение университета в целом и его структурных подразделений служит необходимым условием стабильного оказания образовательных и иных услуг, исполнения обязательств, принятых перед государством и обществом. Формирование положительного имиджа и высокая социальная ответственность способны обеспечить повышение интереса к вузу как со стороны потенциальных абитуриентов, так и представителей бизнес-структур.

Таким образом, понятия социальной и финансовой ответственности взаимозависимы и служат обеспечением устойчивого развития вуза в условиях череды глобальных изменений, происходящих в системе образования и ставших серьезным испытанием для многих субъектов ВО.

1.3. Теоретико-методологические аспекты исследования феномена стратегического партнёрства университета

Основным вопросом практической реализации партнерского взаимодействия является готовность университетов и бизнеса к новым взаимоотношениям.

Что подразумевает под собой понятие «партнерство»? В первую очередь, это взаимодействие (причем выгодное для всех его сторон), направленное на достижение определенных целей, которые могут быть как коммерческими, так и некоммерческими. Все зависит от вида взаимодействия. Ниже представлены некоторые виды партнерских взаимоотношений.

Некоммерческое партнёрство (согласно российскому законодательству) – это некоммерческая организация, учрежденная юридическими лицами и (или) гражданами, деятельностью которой является содействие ее членам в достижении социальных, культурных, благотворительных, образовательных, управленческих и научных целей. Само определение подразумевает, что данная организация удовлетворяет только нематериальные потребности, например: защита прав граждан и их законных интересов, оказание юридической помощи, охрана здоровья, развитие физической культуры и спорта и др.

Бизнес-партнерство – это совокупность нескольких физических или юридических лиц, целью деятельности которых является достижение мате-

риальных благ. Причем обязательным условием выступает разделение всех коммерческих рисков и будущих прибылей.

Социальное партнерство создается для согласования интересов участников какого-либо производственного процесса: как работников, так и работодателей. Обычно все интересы работников представлены профсоюзами, а интересы работодателей – союзами предпринимателей. Гарантом выполнения всех принятых соглашений между обеими сторонами является государство. Все интересы обеих сторон (условия труда, оплата, социальные гарантии и прочее) согласовываются в ходе переговоров.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) – это, в первую очередь, взаимовыгодное сотрудничество бизнеса и государства, которое направлено на решение общих задач. На сегодняшний день такой вид сотрудничества является одним из самых главных двигателей экономики страны и чаще всего возникает в таких отраслях, как транспорт, социальная сфера, жилищно-коммунальное хозяйство.

При этом можно выделить понятие стратегического партнерства, которое в классическом понимании предполагает сотрудничество некоторой компании с более крупной и мощной в финансовом отношении, способной обеспечить ресурсы для достижения ее экономических и стратегических целей.

Для сферы образования, в первом приближении, стратегическое партнерство можно охарактеризовать как совокупность форм средне- и долгосрочного взаимодействия университета и бизнеса для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях. Такое партнерство стало наиболее актуальным в последние годы. При этом университеты приглашают бизнес принять участие в реализации общественно значимых проектов.

Сегодня на федеральном уровне уже действуют рабочие группы, призванные создавать условия для того, чтобы в процессе обсуждения того или иного вопроса, касающегося модернизации системы российского образования, были учтены позиции бизнеса.

По мнению генерального директора ОАО «ВМТП» В.М. Перцева, первичный вопрос, порождающий все последующие, касается предметов партнерства образовательных учреждений и бизнеса. Другими словами, ради чего и по поводу чего собственно необходимо кооперироваться на систематической основе, задействовать определенные организационные, кадровые и финансовые ресурсы для решения задач в области такого взаимодействия. Он считает, что мотивация бизнеса к долгосрочному взаимодействию с образовательными учреждениями может состоять в следующем:

- в подготовке и воспитании кадров;
- использовании аналитических и исследовательских разработок университетов в рамках проработки перспективных направлений бизнеса;
- использовании интеллектуального ресурса вузов для повышения квалификации сотрудников предприятия [15].

Наиболее показательный опыт различных видов партнёрств наработан Владивостокским государственным университетом экономики и сервиса (ВГУЭС).

При этом можно выделить два вида партнерства университета с бизнес-средой:

- стратегическое;
- деловое.

Как показывает практика, такое партнерство может осуществляться на трех уровнях:

- 1) университета в целом;
- 2) отдельных институтов;
- 3) кафедры как структурного подразделения.

Структурные изменения в инновационной экономике знаний, по мнению К.П. Янковского, провоцируют системное коммерческое взаимодействие бизнеса и научных организаций в производственной сфере, заставляя хозяйствующих субъектов предпринимать усилия в направлении развития кооперационных связей.

Одной из потребностей развития инновационной инфраструктуры А.В. Сурин и О.П. Молчанова считают подготовку и повышение квалификации кадров, что напрямую указывает на повышение востребованности образовательных услуг на рынке инноваций.

Анализируя проблему низкого качества российской инновационной системы, Л.М. Гохберг и Т.Е. Кузнецова в качестве основных недостатков называют, во-первых, отсутствие профессиональных менеджеров и инновационных предпринимателей по причине несоответствия системы подготовки кадров и потребностей экономики, а, во-вторых, фрагментарный и незавершенный характер инновационного цикла, имея в виду слабость института инновационных рыночных посредников, неразвитость сетевых коммуникаций.

По мнению этих ученых, решением проблемы неразвитости системы может стать совершенствование инструментов кооперационной связи между участниками инновационной деятельности: государством, бизнесом, научными и образовательными организациями, международными партнерами.

Неразвитость инновационной инфраструктуры также отмечают А.В. Сурин и О.П. Молчанова, в качестве основной причины выделяют информационную и кооперационную изолированность участников вследствие неспособности этой системы развивать кооперационные связи между субъектами.

Научное направление, обращенное на изучение такого явления в экономике, как «стратегическое партнерство», насчитывает множество его определений. Если обратить внимание на составные части, то первая часть словосочетания определяет важность, существенность отношения, ключевые характеристики и в некоторых случаях долгосрочную направленность. Вторая часть словосочетания определяет принадлежность к интеграции, взаимодействию, сотрудничеству.

Интеграция как процесс объединения самостоятельных субъектов в некое сообщество является универсальным феноменом, присущим природе и обществу, в том числе экономическим системам [16].

Сложность и высокая изменчивость рыночной среды, обострение конкурентной борьбы на региональных, национальных и международных рынках, усиливающаяся взаимосвязанность экономик, информатизация всех экономических сфер – всё это делает востребованными формы организации хозяйственной деятельности, обладающие повышенной гибкостью и адаптивностью к воздействиям внешней среды. По этой причине возникают и развиваются такие новые виды фирм, как круговые и виртуальные корпорации, организации с «внутренними рынками», сетевые, многомерные, интеллектуальные, обучающиеся организации [17].

В них находят применение различные формы внутрифирменной интеграции относительно обособленных подразделений, которые являются отражением процессов сетевизации, активно протекающих в мировой экономической системе. Эти процессы оказывают воздействие и на содержание межфирменной интеграции. В частности, необходимость противостоять рыночной власти крупных компаний и «жестких» интеграционных форм побуждает малые и средние компании объединяться в так называемые «предпринимательские сети», а потребность в доступе к новым источникам технологий и рынкам, приобретении новых навыков и компетенций, способствующих повышению конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, приводит к формированию стратегических партнерств [16].

Под влиянием различных экономических процессов университеты, как и любые другие субъекты хозяйствования, вынуждены искать более выгодные формы ведения деятельности. Стратегическое партнерство становится одной из них.

В настоящее время многочисленные определения термина «стратегическое партнерство» отличаются базовыми характеристиками, свойствами, подходами. Все это свидетельствует о том, что единого понимания стратегического партнерства и его официального общепринятого определения, в том числе для университета, в мировой практике нет.

В таблице 1.2 представлены наиболее популярные определения стратегического партнерства.

Таблица 1.2

Определение стратегического партнерства

Понятие	Определение	Автор / источник
Стратегическое партнерство (сотрудничество)	– общее название форм кооперации ресурсов и координации деятельности компаний с целью получения взаимных выгод (эффекта синергии)	А.Г. Грязнова [18]
Стратегическое партнерство [между юридическими лицами]	– сотрудничество партнера с экономически значимым партнером, как правило, на уровне юридических лиц, то есть сотрудничество одной компании с более крупной и мощной в финансовом отношении компанией, которая может обеспечить ресурсы для достижения ее стратегических целей	Н.И. Фокин [19]

Понятие	Определение	Автор / источник
Партнерство стратегическое [между компаниями]	– сотрудничество одной компании с другой, более крупной и мощной, для достижения общих экономических и стратегических целей	Словарь бизнес-терминов [20]
Партнерство стратегическое [между компаниями]	– сотрудничество некоторой компании с более крупной и мощной в финансовом отношении компанией, которая может обеспечить ресурсы для достижения некоторых ее экономических и стратегических целей; известно также под названием стратегического альянса или корпоративного договора о взаимной деятельности	А.Н. Азрилян [21]
Стратегическое партнерство [между странами]	– это оформленная долгосрочная программа: достижения и корректировки как общих согласованных целей, идеалов, ценностей и главных интересов каждого партнера, так и сопоставимой с Программой оценки средств, ресурсов и легитимных технологий, выбранных для достижения общих целей; анализа и учёта стратегических рисков на всех этапах функционирования партнёрства; осуществления самокритики и самоиронии в оценке достигнутых результатов; обеспечения эффективной адаптации всех звеньев процесса партнёрства с учётом изменений внутренней и внешней среды деятельности всех участников партнёрства	В.Н. Кузнецов [22]
Стратегическое партнерство [между муниципалитетами и группами влияния]	– это система общественных отношений, строящаяся на согласовании и защите интересов населения, предпринимателей, органов государственной власти и местного самоуправления по актуальным проблемам социально-экономического развития города в долгосрочной перспективе	С.В. Алиева [23]
Стратегическое партнерство [между субъектами предпринимательства]	– добровольные и основанные на сотрудничестве взаимоотношения с целью ответа на ключевые вызовы региональной экономической среды, способствующие наиболее эффективной деятельности предприятий-партнеров, а также более устойчивому социально-экономическому развитию региона, основанные на следующих принципах: общие ценности (философия), самоорганизация, доверие, равенство, взаимная подотчетность, разделение рисков, затрат и общей выгоды	Н.М. Ракутина [24]
Стратегическое партнерство [между коммерческими предприятиями]	– является формальным союзом между двумя коммерческими предприятиями, как правило, формализованными одним или несколькими бизнес-контактами, но не дотягивает до образования юридического партнерства, или агентство или корпоративные партнерские отношения	Википедия (англ.)
Стратегическое партнерство	– соглашение между двумя компаниями или организациями, чтобы помогать друг другу или работать вместе, чтобы достигать поставленных целей	Кембриджский словарь
Стратегическое партнерство [в сфере образования]	– как форма объединения ресурсов государства, работодателей и учреждений системы профессионального образования, направленная на их долгосрочное взаимодействие при соблюдении стратегических интересов	К.В. Дрокина [25]

Понятие	Определение	Автор / источник
Стратегическое партнерство [международное]	– долговременное сотрудничество на международном уровне по большому количеству вопросов с целью получения максимальных выгод для себя и партнера	И.А. Новиков [26]
Стратегическое партнерство [между субъектами предпринимательства]	– долговременное, стабильное партнерство. В таком партнерстве стратегические цели (перспективы) имеют преимущество перед сиюминутными выгодами	В.П. Позняков, Т.С. Вавакина [27]
Стратегическое партнерство [в сфере образования]	– в сфере профессионального образования следует понимать особую форму взаимодействия вуза со своими стратегическими партнерами (регулирующими органами, одновременно являющимися заказчиками и потребителями услуг, основная функция которых – разработка образовательных и профессиональных стандартов и контроль за их применением; саморегулируемыми организациями, которые также должны оказывать влияние на разработку и применение стандартов, регулирование спроса и предложения на рынке труда; другими организациями и структурами, потребляющими услуги вуза на постоянной платной основе, участвующими в его развитии (в том числе посредством работы в попечительском и других советах), реализующими совместно с вузом долгосрочные целевые программы и являющимися заказчиками НИР	М.В. Черепанова, Н.В. Фадейкина [28]
Стратегическое партнерство	– вид формального соглашения между двумя (двусторонние партнерства) или более (партнерская сеть) сторонами, которые согласились поделиться финансами, навыками, информацией и / или другими ресурсами для достижения общих целей	Cambridge Business English Dictionary
Стратегическое партнерство (альянс) [между компаниями]	– объединения на контрактной основе либо путем создания новой организационной структуры, двух и более компаний для достижения взаимовыгодных долгосрочных целей, направленных на повышение конкурентоспособности фирм-участников при сохранении их юридической и экономической независимости	И.А. Кузнецов [29]

Проанализировав табл. 1.2, можно сказать, что большинство определений сводятся к тому, что стратегическое партнерство – это, прежде всего, сотрудничество одной компании с более крупной и мощной для достижения общих целей на долгосрочной основе.

Под стратегическим партнерством в сфере образования принято понимать отдельную форму взаимодействия между университетом и его стратегическими партнерами.

В сфере образования выделяют два определения этого феномена. К.В. Дрокина рассматривает стратегическое партнерство как модель взаимоотношений между работодателями, государством и образовательными учреждениями, реализация которой позволит снизить или устранить дисбаланс на рынке труда, вызванный несогласованностью квалификационных требова-

ний рынка труда, государственной политики в отношении занятости и безработицы, а также спросом на образовательные услуги. Стратегическое партнерство в данном случае должно быть долгосрочным и ориентированным на стратегические интересы всех участников. Способ реализации – объединение ресурсов для достижения поставленных целей.

На наш взгляд, цель стратегического партнерства должна заключаться не только в объединении ресурсов. Наличие необходимых ресурсов – это одно из условий достижения целей.

Н.В. Фадейкина и М.В. Черепанова рассматривают систему стратегического партнерства в университете как элемент инновационной инфраструктуры, позволяющий повысить инвестиционную, инновационную привлекательность, а также впоследствии конкурентоспособность. Цель стратегического партнерства состоит в продвижении новых технологий в производство и управление, также подготовке кадров для инновационной экономики.

Как видно из общепринятого определения, стратегического партнерства не существует, а в сфере образования выделены два определения, ориентированные на достижение разных целей и разные формы реализации. В определениях нет целевого характера взаимодействия и не отмечена специфика взаимоотношений с учетом объекта (университет).

Для более полного понимания феномена стратегического партнерства необходимо определить его сущность. С этой целью была проведена стратификация понятия «стратегическое партнерство», которая предполагает разбиение определения на различные основания (критерии), позволяющие выделить главные признаки по каждому основанию.

Понятие стратегического партнёрства было стратифицировано по следующим критериям:

- 1) цели – большинство рассмотренных дефиниций ориентированы на достижение общих целей как результата стратегического партнерства;
- 2) характер взаимодействия, который либо предусматривает равнозначные позиции партнёров, либо подчёркивает лидерство одного из них;
- 3) формы организации отмечаются как система общественных отношений, формализованная договоренность либо форма объединения ресурсов разных видов;
- 4) по срокам реализации большинство отечественных авторов отмечают долгосрочность отношений, подразумевая стратегический характер как ориентацию на длительный период, а не приоритетность потребностей.

На рисунке 1.1 представлены результаты стратификации понятия стратегического партнерства, на основании чего можно выделить ключевые признаки стратегического партнерства, сложившиеся на данный момент в теоретическом аспекте:

- долгосрочное, стабильное и добровольное партнерство;
- сотрудничество одной компании с другой, более мощной и крупной;
- достижение экономических и стратегических целей либо всех участников, либо только одной из сторон.

После анализа существующих определений и их основных признаков приступим к описанию процедуры конструирования дефиниции стратегического партнерства университета.

Для конструирования определения базового понятия «стратегическое партнерство университета» применим триадический метод, основанный на методологии категориальных схем.

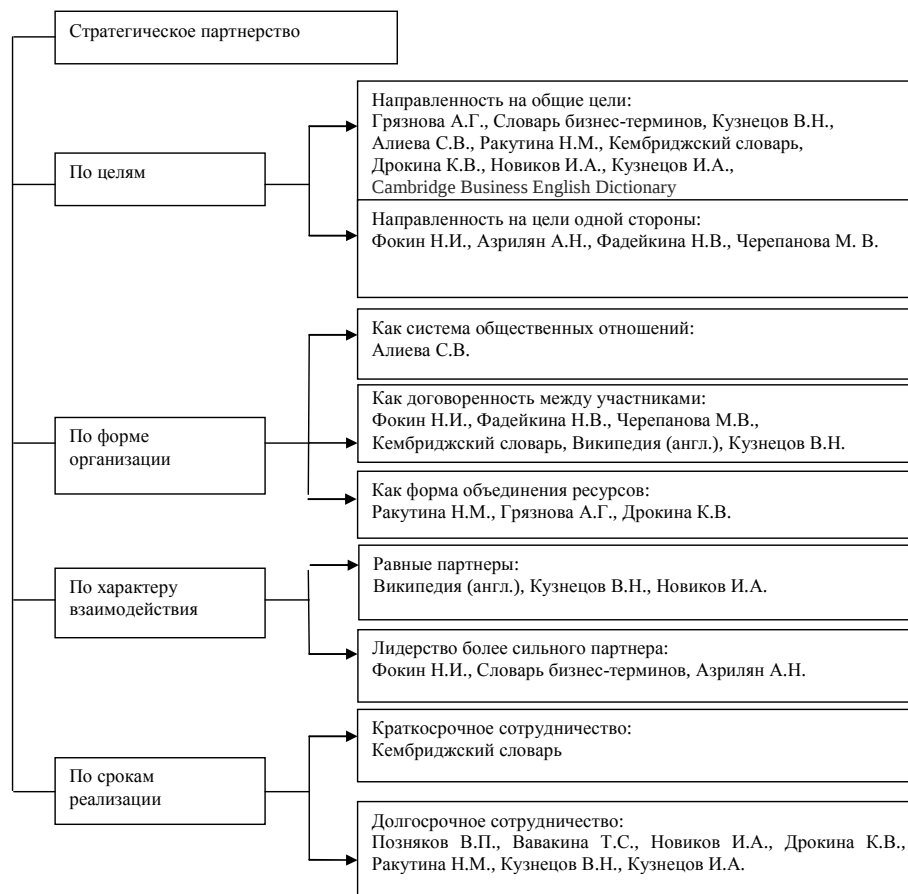


Рис. 1.1. Стратификация понятия «стратегическое партнерство»

Триадический метод исследования, развитый на базе теории динамических информационных систем, предполагает отражение искомой категории в трёх исходных категориях, характеризующих её исчерпывающим образом [16].

Содержание данного метода заключается в следующем. На первом уровне базовое понятие дешифруется триадой исходных категорий, наиболее полно (с необходимостью и достаточностью) отражающих его сущность. Далее подобной же дешифровке подвергаются и производные категории. Двух-уровневая триадическая дешифровка позволяет получить исчерпывающую дефиницию базового понятия [16].

Проанализируем понятие стратегического партнерства с точки зрения целей его потенциальных участников, причем эти цели должны носить стратегический характер.

Рассмотрим результат дешифровки первого уровня, на котором автором предлагается выделить первичную триаду: приращение компетенций, приращение ресурсов, приращение динамических способностей:

1) *приращение компетенций* – недостающие компетенции создают основу для поиска их восполнения или обретения через партнёрские отношения. Для университета это, как правило, выражено через потребность к привлечению работодателей в учебный процесс, коммерциализацию знаний и т.д. Для организаций партнерство с университетом сопряжено с развитием кадрового потенциала, использованием результатов научно-исследовательских работ, повышением квалификации сотрудников. Иначе говоря, с обеих сторон приращение компетенций рассматривается как наращивание способностей для решения профессиональных задач;

2) *приращение ресурсов* – недостаток ресурсов не позволяет университету в полной мере реализовать имеющийся потенциал. Именно ограниченность ресурсов с обеих сторон является одним из факторов развития стратегического партнерства. В рамках партнерства с университетом они имеют специфический состав;

3) *приращение динамических способностей* – наличие необходимых ресурсов и компетенций при отсутствии способности их применить не обеспечит реализацию поставленных целей и задач. Согласно концепции динамических способностей, именно их наличие позволяет организации использовать ресурсы и компетенции для создания и развития своих конкурентных преимуществ в долгосрочном периоде. Так, К. Эйзенхардт и Дж. Мартин определили динамические способности как «процессы фирмы по использованию ресурсов предприятия, а именно: процессы интеграции, реконфигурации, приобретения ресурсов и избавление от них в целях соответствия рыночным изменениям или даже их генерирования»¹.

Конкурентное преимущество, обеспеченное динамическими способностями организации, может находиться в области неявного знания, тем самым затрудняя процесс имитации².

Т.Е. Андреева, В.А. Чайка определяют динамические способности организации как «способности, позволяющие обновлять «ключевые» способности, которые формируют ключевые компетенции, лежащие в основе конкурентного преимущества, в соответствии с изменениями во внешней среде»³.

Поскольку одной из основных целей развития стратегического партнерства университета является повышение его собственной конкурентоспособности в долгосрочном периоде, приращение динамических способностей позволяет более эффективно ее достигать.

¹ Eisenhardt K. M., Martin J. A. Dynamic Capabilities: What Are They? // Strategic Management Journal. – 2000. – Vol. 21, № 10–11. – P. 1105–1121.

² Кулеш В.А. Концепция динамических способностей в стратегическом выборе компании // Научный журнал КубГАУ. – Scientific Journal of KubSAU. – 2015. – №108. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-dinamicheskikh-sposobnostey-v-strategicheskom-vybore-kompanii> (дата обращения 14.05.2017).

³ Андреева Т.Е., Чайка В.А. К дискуссии о сущности динамических способностей // Вестник С.-Петербург. ун-та. Сер.: Менеджмент. – 2006. – № 4. – С. 163–174.

Таким образом, первый уровень декомпозиции базового понятия позволил выделить триаду первичных категорий стратегического партнерства университета, определяющих его целевую направленность.

На втором уровне каждое из трех производных понятий также подвергнем дешифровке.

На современном этапе можно выделить два подхода к определению компетенций: с позиции национальных систем обучения и поведенческий. Мы придерживаемся первого подхода, в котором под компетенцией понимается «совокупность знаний, умений, навыков, при помощи которых достигаются желаемые результаты»¹.

Категорию «приращение компетенций» для стратегического партнёрства университета дешифруем на: приращение знаний, умений, навыков.

Знания – это основной продукт деятельности университетов, создающий предмет партнерских отношений с ними. Умения и навыки создают почву для стремления университетов к партнерским отношениям, поскольку только в результате партнерского взаимодействия возникает их полное и более качественное формирование, что позволяет университету повысить качество образовательных услуг или научной продукции.

Далее дешифруем категорию «приращение ресурсов» на следующие группы:

- приращение материальных ресурсов,
- приращение нематериальных ресурсов,
- приращение человеческих ресурсов.

С позиции университетов большое значение имеет приращение нематериальных ресурсов, поскольку продукт университета по своей природе может относиться именно к этому виду ресурсов.

Укрупненно материальные ресурсы включают в себя вещественные блага, к нематериальным отнесем интеллектуальные, информационные ресурсы, а к человеческим – кадровый потенциал.

Категория «приращение динамических способностей» на основе представленных выше определений дешифруется нами как обучение, интеграция, реконфигурация.

При совмещении этих трех категорий можно говорить о наличии способности к достижению необходимых целей. На рисунке 1.2 представлена двухуровневая триадическая дешифровка понятия стратегического партнерства университета с позиции его целевой направленности.

Таким образом, дешифровка базового понятия позволила выделить особенность стратегического партнерства университета как специфического участника взаимодействий – целевой характер. Университет, в отличие от других экономических агентов, выпускает специфический продукт, относящийся к сфере общественных услуг, что должно учитываться в реализации стратегического партнерства с ним.

¹ Светлышева О.Ю. Что такое компетенции и зачем они нужны? // Консультант, 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.specialist.ru/news/1673/chto-takoe-kompetencii-i-zachem-oni-nuzhni>.

Рассмотрение феномена стратегического партнерства с применением процедуры последовательной двухуровневой триадической дешифровки базового понятия позволяет сформулировать развернутую дефиницию стратегического партнерства университета как взаимодействие по приоритетным направлениям университета с партнерами на основе взаимного доверия и уважения без потери самостоятельности с целью приращения знаний, умений, навыков, приращения динамических способностей на основе обучения, реконфигурации и интеграции, а также приращения материальных, нематериальных и человеческих ресурсов.

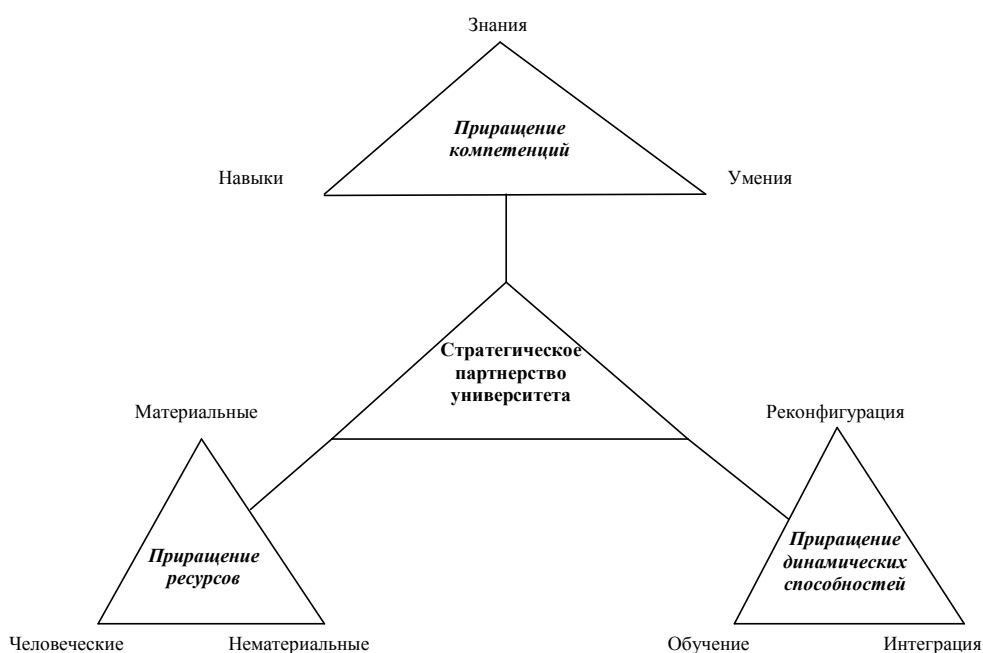


Рис. 1.2. Двухуровневая триадическая дешифровка понятия «стратегическое партнерство университета»

Одной из основных проблем системы высшего образования (далее – ВО) на сегодняшний день являются обеспечение качества образования и подготовка выпускников, соответствующих запросам рынка труда. Данная проблема становится более острой в связи с необходимостью внедрения и реализации компетентного подхода к обучению, который предусмотрен в образовательных стандартах всех направлений подготовки. Данный подход требует разработки новых и развития существующих подходов к сотрудничеству университетов и бизнес-структур.

В настоящее время существуют различные формы реализации стратегического партнерства университета. Наиболее часто рассматриваются вопросы такого рода взаимодействий между университетами, университетами и бизнес-структурами.

Сегодня на федеральном уровне уже действуют рабочие группы, призванные создавать условия для того, чтобы в процессе обсуждения того или иного вопроса, касающегося модернизации системы российского образования, были учтены позиции бизнеса.

О.О. Мартыненко¹, Г.И. Лазарев² в своих работах анализируют опыт реализации стратегических партнерств университетов с бизнес-структурами: определяются основные барьеры и ограничения для развития, а также формы реализации. В качестве основных ограничений авторы указывают «обязательность отношений», подчеркивая важность добровольного характера отношений и высокой мотивации к их развитию. Основными формами реализации считаются участие специалистов-практиков в учебном процессе, система практик и стажировок студентов в компаниях-партнерах, проектные и исследовательские работы студентов по заказам предприятий.

А.Г. Шеломенцев, В.А. Антропов рассматривают реализацию стратегического партнерства посредством создания интегративных научно-образовательных структур³.

Университеты имеют возможность обеспечивать более высокое качество своих образовательных программ, получая дополнительное конкурентное преимущество, удовлетворяют потребность в ресурсах, приобретают финансовую поддержку для образовательных и исследовательских целей и т.п. В свою очередь, бизнес-сообщество получает доступ к интеллектуальному продукту – новым идеям и технологиям через научные исследования и передовой опыт, возможность формирования кадрового резерва, отбора наиболее талантливых и ярких молодых сотрудников.

Преимущества подобного сотрудничества очевидны для всех заинтересованных сторон этого процесса, но не всегда удается достичь плодотворного сотрудничества, используя уже существующие формы.

Для понимания возможных форм взаимодействия необходимо рассмотреть интересы трех основных групп заинтересованных сторон: государство (в лице Министерства образования), университеты (в первую очередь, государственные) и бизнес-структуры, имея в виду, что государство до недавнего времени играло в таком взаимодействии главенствующую роль (табл. 1.3).

Если ранее сотрудничество с образовательными учреждениями со стороны частного сектора носило преимущественно спонсорский характер, то сейчас механизмы стратегического партнерства дают возможность бизнесу активно участвовать в жизни учебного заведения, его развитии, совершенствовании материальной базы. Одновременно с этим бизнес заинтересован получать от университета студентов на практику, результаты НИР.

¹ Мартыненко О.О., Лазарев Г.И. Стратегическое партнерство университета: опыт ВГУЭС // Университетское управление: практика и анализ. – 2010. – №3. – С. 62–69

² Лазарев Г.И. Ориентированное на практику обучение – ответ на требование внешней среды // Высшее образование в России. – 2012. – №4. – С. 3–13

³ Шеломенцев А. Г., Антропов В. А. Университеты и реформа Российской академии наук // Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2013. – №4 (6). – С. 99–107.

Появилась возможность вовлечения уникальных специалистов-бизнесменов в систему подготовки кадров, привлечения специалистов в процесс модернизации учебных заведений, средств других благотворителей, а также бюджетов различных уровней для реализации совместных образовательных проектов.

Таблица 1.3

Классификация интересов (целей) групп партнеров

Экономические	Неэкономические
Государство	
Получение бюджетного эффекта – большая эффективность в осуществлении государственных расходов	Более качественное удовлетворение запросов рынка труда посредством создания новых специальностей в соответствии с потребностями инновационной экономики
Повышение эффективности и результативности сферы ВО, а также отдельных образовательных программ	Усиление инновационной составляющей образования
Рост инвестиционной привлекательности финансового потенциала высших учебных заведений	Содействие развитию предпринимательства в стране
	Повышение социальной ответственности бизнеса в стране
Университеты	
Дополнительное финансирование и расширение имущественной и финансовой базы	Моделирование интегрированного образовательного комплекса
Повышение финансирования НИОКР	
Коммерциализация научных разработок	
Бизнес-сообщество	
Экономические эффекты (прибыль, получение доходов в виде дивидендов или процентов)	Получение конкурентных преимуществ на основе новых знаний
Повышение эффективности бизнес-процессов за счет внедрения результатов научных разработок	Повышение качества человеческого капитала
Новые возможности для инновационного бизнеса (НИОКР)	Удовлетворение потребностей в благотворительности

Рассмотрим наиболее часто используемые формы стратегического партнерства образовательных учреждений ВО в контексте организации образовательного процесса.

Все формы взаимодействия бизнеса с университетами были разбиты нами на 5 групп: 1) организация студенческих практик, 2) учреждение эндаумент-фондов, 3) сотрудничество в сфере инноваций, 4) организация базовых кафедр (проведение НИОКР и практических занятий), 5) программы по трудоустройству выпускников.

Существует и другая типология форм стратегических партнерств университетов с бизнесом, в соответствии с которой все они могут быть разделены на две группы: институциональную и контрактную.

Институциональная – это эндаумент-фонды; институты общественного участия (общественные, управляющие, попечительские и иные советы); технопарки; центры трансфера технологий; ресурсные центры; центры коллективного пользования; совместные образовательные структуры и др.

Контрактная – это стипендиальные программы; гранты; концессии; долгосрочная аренда; инвестиционные контракты; образовательные ваучеры; образовательные кредиты; стажировка студентов на предприятиях с последующим трудоустройством и др. Проведем детальный анализ поведения партнеров в рамках реализации стратегических партнерств рассматриваемого вида и принципов их эффективного взаимодействия.

В стратегическом партнерстве руководству университетов отводится главенствующая роль. Чтобы быть полезными бизнесу, университетские программы и проекты должны быть сильно ориентированы на оказание помощи бизнес-структурам и решение их научных и технологических проблем, которыми озабочены компании. Это означает, в первую очередь, устранение барьеров внутри университета и привлечение в качестве преподавателей людей, которые имеют опыт предпринимательской деятельности.

Следующим, не менее важным моментом является открытость университетов для бизнеса. Под этим мы предлагаем понимать доведение до сведения бизнес-сообщества содержания научных разработок и проектов, выполняемых учеными университета.

Университеты также ждут от бизнеса определенности в формулировке их запросов и потребностей, в противном случае дело закончится критикой в адрес академического сообщества о несостоятельности исследований и оторванности от реальной жизни. В действительности же такие ситуации возникают в случае недостаточности коммуникаций между партнерами, что приводит к несоответствию взаимных ожиданий.

Налаживая партнерские отношения между университетом и бизнес-структурами, необходимо придерживаться нескольких принципов. Главным принципом или «золотым правилом» успешного сотрудничества является взаимопонимание и доверие партнеров.

Следует отметить, что важнейшей ошибкой университетских руководителей является стремление увидеть быстрый результат и измерить его в таких показателях, как количество написанных статей, количество поданных заявок и т.д. На самом деле, важнейшим результатом стратегического партнерства университетов с бизнес-структурами является качественный результат, т.е. повышение качества подготовки выпускников университетов и повышение их конкурентоспособности на рынке труда, что, в конечном итоге, приводит к укреплению имиджа университета и представляет собой не что иное, как социально-экономический эффект.

Основные направления сотрудничества компании с университетами:

1) целевые заказы на обучение будущих/существующих сотрудников компаний в университетах;

2) финансирование и проведение совместных с университетом фундаментальных и прикладных научных исследований, НИОКР, развитие инновационной деятельности;

3) реализация совместных с университетом образовательных программ в целях обеспечения компании/отрасли квалифицированными молодыми специалистами;

4) учреждение, выплата грантов, именных стипендий для поддержки одаренных студентов и выдающихся преподавателей;

5) трудоустройство студентов и выпускников;

6) укрепление материально-технической оснащенности высших учебных заведений, развитие базы научно-лабораторного оборудования.

Таким образом, наиболее часто стратегическое партнерство университетов реализуется между университетами, а также между университетами и бизнес-структурами.

Глава 2. МАЛОЕ ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И БИЗНЕС-СРЕДЫ

2.1. Экономическая сущность малых инновационных предприятий

На сегодняшний день предпринимательство и инновации являются основными факторами экономического развития страны. Следует отметить, что в настоящее время в части инновационной терминологии фигурируют различные понятия.

Основные из них:

– *инновация (нововведение)* – деятельность, конечный результат которой видится в получении нового или усовершенствовании имеющегося продукта, услуги, формы организации производства, управления или технологии [30];

– *инновация* – процесс создания, освоения и практической реализации научно-технических достижений. Процесс представляет собой единство деятельности, направленной на развитие науки и техники, экономических интересов производственных организаций [31];

– *инновация* (англ. innovation – нововведение, буквально означает «инвестиция в новацию») – это результат инвестирования в разработку получения нового знания, инновационной идеи по обновлению сфер жизни людей (технологии, изделия, организационные формы существования социума, а именно: образование, управление, организация труда, обслуживание, наука, информатизация и т.д.) и последующий процесс его внедрения (производства), с фиксированным получением дополнительной ценности (прибыль, опережение, лидерство, приоритет, качественное превосходство, креативность, прогресс) [32];

– *инновация* (от лат. innovatio – обновление, перемена) – комплекс мероприятий, направленных на внедрение в экономику новой техники, технологий, изобретений и т.д. [33];

– *инновация (нововведение)* – это основанный на ориентированном вложении средств процесс создания, освоения и практической реализации научно-технических достижений [34].

Таким образом, инновация – это процесс, направленный на создание новой техники, технологий, изобретений, услуг и т.д.

Ежегодные структурные изменения российской экономики преимущественно ориентированы на развитие наукоёмкого производства товаров и услуг. В результате преобразования образовательного процесса в качестве одной из площадок для развития инновационной деятельности были выбраны высшие учебные заведения, на базе которых теперь активно создаются хозяйственные общества, называемые малыми инновационными предприятиями.

Создание малых инновационных предприятий в университетах обусловлено принятием Федерального закона от 02.08.2009 № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности». Закон предусматривает наделение бюджетных научных и образовательных учреждений правом самостоятельно создавать хозяйственные общества, деятельность которых заключается в практическом применении, т.е. внедрении результатов интеллектуальной деятельности.

Таким образом, необходимость существования МИП характеризуется их ориентированностью на разработку новых знаний, широкомасштабное внедрение наукоемкой продукции в промышленное производство, а также быструю коммерциализацию результатов научных открытий.

В Российском законодательстве нет четкого определения МИП, но сущность и понимание данного определения есть в некоторых нормативных актах. Так, в «Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года» под малыми инновационными компаниями понимаются компании, соответствующие законодательному определению малого предприятия, основным видом деятельности которых является инновационная деятельность, т.е. выполнение работ и (или) оказание услуг, направленных на создание и организацию производства принципиально новой или с новыми потребительскими свойствами продукции (товаров, работ, услуг); создание и применение новых или модернизацию существующих способов (технологий) ее производства, распространения и использования; применение структурных, финансово-экономических, кадровых, информационных и иных инноваций (нововведений) при выпуске и сбыте продукции (товаров, работ, услуг), обеспечивающих экономию затрат или создающих условия для такой экономии [35].

Изучив работы различных ученых-экономистов, можно прийти к выводу, что определение малого инновационного предприятия хорошо освещено в современной экономической литературе.

Например, по мнению доктора экономических наук Г.П. Белякова, малые инновационные предприятия (далее МИП) – это предприятия, разрабатывающие и внедряющие в производство наукоёмкие технологии и изделия, являющиеся результатами интеллектуальной деятельности вузов [39].

В отличие от Г.П. Белякова, Д.В. Богачева придерживается другого мнения и считает, что МИП – это «малые предприятия, представляющие собой самостоятельные бизнес-единицы, реализующие мероприятия по созданию, приобретению, освоению и распространению новых и усовершенствованных

видов продукции, услуг, технологий, сырья и материалов, методов организации производства и управления» [40].

Е. Мазур утверждает, что МИП – это особый тип современной предпринимательской деятельности (составная часть сектора малого предпринимательства), направленной на получение прибыли от проведения научно-исследовательской работы, результатом которой являются создание новой (или совершенствование существующей) конкурентоспособной продукции (технологии, услуг), призванной существенно улучшить условия производства или жизни человека, и ее успешная коммерциализация [41].

М.В. Сафронов и Ю.А. Анищенко в своей статье предлагают следующее определение МИП: это малое предприятие, которое осуществляет преимущественно деятельность, направленную на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Такое определение МИП у них сложилось исходя из определений «инновационная деятельность» и «малое предприятие» [42].

С.Е. Шкуратов в своем диссертационном исследовании представляет МИП как коммерческие организации с численностью сотрудников до 100 человек, осуществляющие практическую реализацию технологий (продуктов), содержащих конфиденциальные сведения технического, экономического, административного, финансового или иного характера и получающие наибольшую долю доходов от производства и реализации инновационной продукции [43].

Точку зрения С.Е. Шкуратова разделяет и Т.В. Ефимцева, которая дает свое определение: *малое инновационное предприятие – это «коммерческая организация в форме хозяйственного товарищества, общества или партнерства, средняя численность работников которой не превышает 100 человек, а выручка от реализации продукции которой составляет не более 400 млн руб. в год, систематически осуществляющая инновационную деятельность, в результате которой производится инновационная продукция»* [44].

А.Н. Асул считает, что МИП – это «небольшой коллектив профессионалов, действующий самостоятельно или в составе крупной организации, вуза, специализирующийся на узком направлении инновационной деятельности и имеющий возможность быстрой переориентации» [45].

Д.С. Юдин в своих работах рассматривает МИП при университетах как относительно новые хозяйствующие субъекты в сфере рыночной экономики, характеризующиеся независимостью и адаптивностью, призванные выполнять задачи по структурной перестройке производства, расширению международного научно-технического сотрудничества и росту престижа страны в мире на основе разработки, освоения и реализации нововведений (прежде всего принципиально новых) и создания обстановки восприимчивости различных инноваций [46].

Н.В. Атарщикова сделала выводы о том, что малое инновационное предприятие при вузе является таким предприятием, которое учреждается на базе высшего учебного заведения с целью получения дохода и относится к категории малое предпринимательство по критериям, определенным федеральным законодательством [47].

А.М. Мухамедьяров считает, что малые инновационные предприятия в общем виде представляют собой хозяйствующие субъекты в сфере рыночной экономики, характеризующиеся независимостью и адаптивностью, призванные выполнять задачи по структурной перестройке производства, расширению международного научно-технического сотрудничества и росту престижа страны в мире на основе разработки, освоения и реализации нововведений (прежде всего, принципиально новых) и создания обстановки восприимчивости различных инноваций [48].

Таким образом, из предыдущих определений можно сделать вывод, что малое инновационное предпринимательство может выступать в качестве инструмента эффективного взаимодействия субъектов высшего образования и бизнес-среды, позволяющего гармонизировать интересы основных участников инновационных процессов, среди которых можно выделить государство, высшие учебные заведения, потребителей образовательной, научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельности вузов (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Взаимодействие основных участников инновационных процессов

Обращаясь к основным интересам участников взаимодействия, отметим следующее:

1. Основными интересами государства являются: инновационное развитие экономики страны на основе высоких технологий; эффективное использование бюджетных средств на создание, разработку и внедрение высоких технологий.

2. К основным интересам университета относят: выпуск в рамках бюджетного финансирования конкурентоспособных специалистов, востребованных в высокотехнологичных производствах; эффективную научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу; диверсификацию источников финансирования деятельности университета.

3. Основными интересами потребителей образовательной и научно-исследовательской деятельности вузов выступают: получение специалистов,

адаптированных к действующему производству, в особенности высоким технологиям, инновационное развитие производства на основе высоких технологий, эффективное расходование ресурсов предприятия, гарантированное трудоустройство специалистов [49].

Все функционирующие МИП осуществляют определенные виды деятельности, представленные в табл. 2.1 [50].

Таблица 2.1

Виды деятельности малых инновационных предприятий (МИП)

Вид деятельности МИП	Оценочные показатели
Осуществление на коммерческой основе научно-исследовательских работ	– количество инновационных (внедренческих) проектов, инициированных по результатам проведенных научно-исследовательских работ; – количество полученных организацией патентов (заявок на получение патента); – затраты на научно-исследовательские работы в общей сумме затрат
Внедрение результатов научных исследований в экономическую деятельность (в рамках определенной сферы национального хозяйства)	– количество полученных патентов (заявки на получение) на новые продукты, технологические процессы и др.; – количество разработанных и принятых к исполнению технико-экономических обоснований, бизнес-планов инновационных проектов
Освоение и производство новых, уникальных товаров и услуг (продуктовых инноваций)	– доля принципиально новой продукции/услуг в объеме производства предприятия; – наличие аналогов, заменителей выпускаемой предприятием продукции/услуг; – количество производителей аналогичной продукции на основе выданных предприятием лицензий; – количество самостоятельных производителей аналогичной продукции
Вид деятельности МИП	Оценочные показатели
Освоение и использование в экономической деятельности принципиально новых, усовершенствованных производственных, управленческих технологий (технологических инноваций)	– количество используемых на предприятии технологических инноваций; – соответствие выпускаемой продукции (оказываемых услуг) международным и отечественным стандартам качества

Из таблицы 2.1 следует вывод, что деятельность МИПов носит специфический характер. При этом каждому из видов деятельности соответствует определенный показатель, позволяющий оценить эффективность предоставляемых услуг.

В настоящее время МИПы могут быть представлены различными организационно-правовыми формами хозяйственных обществ.

Согласно ст. 66 Федерального закона Российской Федерации от 05.05.2014 №99-ФЗ «О внесении изменений в главу 4 части первой ГК РФ и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов РФ» хозяйственные общества – это коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Хозяйственные общества могут быть созданы одним или несколькими физическими или юридическими лицами путем внесения своих долей (вкладов).

Существует 4 формы хозяйственных обществ, которые представлены на рис. 2.2.

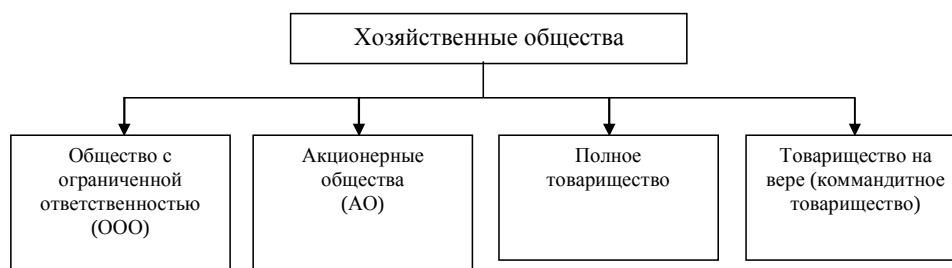


Рис. 2.2. Формы хозяйственных обществ

Рассмотрим подробно каждую форму хозяйственных обществ.

1. *Акционерным обществом (АО)* признается хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций [36]. Акционерное общество может быть открытым и закрытым, что отражается в его уставе и фирменном наименовании. Открытое общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и осуществлять их свободную продажу. Открытое общество вправе проводить закрытую подписку на выпускаемые им акции, за исключением случаев, когда возможность проведения закрытой подписки ограничена уставом общества или требованиями правовых актов Российской Федерации. Закрытым признается общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного, заранее определенного круга лиц. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц [37].

2. *Полным* признается *товарищество*, участники которого (*полные товарищи*) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом [36].

3. *Товариществом на вере (коммандитным товариществом)* признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеется

один или несколько участников-вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности [36].

4. Наиболее распространённой правовой формой хозяйственного общества для малого инновационного предприятия считается *общество с ограниченной ответственностью* (ООО). *Обществом с ограниченной ответственностью* (ООО) признается созданное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества [35].

Чтобы хозяйственное общество относилось к малым инновационным предприятиям, необходимо его соответствие определенным критериям.

Органы законодательной власти, принявшие в 2011 г. законопроект № 496139-5 «О господдержке инновационной деятельности в Российской Федерации» (Комитет по науке и наукоемким технологиям), в котором впервые определена инновационная деятельность, предлагают к малому инновационному предприятию относить инновационное предприятие, удовлетворяющее критериям Федерального закона № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Но ни ФЗ № 209, ни один другой федеральный закон не содержат в себе критериев, на основе которых малое предприятие можно отнести к классу инновационных.

Изучение нормативно-правовой литературы позволило выделить наиболее значимые критерии отнесения хозяйственного общества к МИП:

1. Одним из учредителей является вуз. Соучредителями могут выступать любые физические лица, а также юридические лица (сторонние предприятия и организации), заинтересованные в практическом применении РИД. Так как одним из учредителей МИПов выступает вуз, на него возлагается большая роль по поддержке их устойчивого развития. Также вузы могут для предпринимательского сектора образовывать систему консалтинговых центров, проводить активную инновационную политику и участвовать в продвижении их инновационной продукции на рынок.

2. В уставный капитал создаваемого хозяйственного общества должно вноситься право использования РИД, исключительные права на которые сохраняются за научным и образовательным учреждением.

3. Предметом деятельности создаваемых хозяйственных обществ должно являться практическое применение (внедрение) РИД, к которым относятся:

- программы для ЭВМ;
- базы данных;
- изобретения;
- полезные модели;
- промышленные образцы;
- секреты производства;
- селекционные достижения;
- топологии интегральных микросхем.

4. В случае привлечения соучредителей при создании хозяйственных обществ доля университета в уставном капитале должна составлять более 25% для акционерных обществ и более одной трети для обществ с ограниченной ответственностью.

5. В случае привлечения соучредителей их доля в уставном капитале должна быть оплачена денежными средствами не менее чем на 50%. Оставшаяся часть может быть оплачена исключительными правами на РИД, правом его использования, материалами, оборудованием или иным имуществом, необходимым для его применения.

6. Права на результат интеллектуальной деятельности не могут предоставляться третьим лицам по договору, а также передаваться третьим лицам по иным основаниям, если иное не предусмотрено федеральным законом.

Более того, помимо указанных выше критериев МИП должен соблюдать все требования, касающиеся малых предприятий, которые представлены на рис. 2.3 [51].

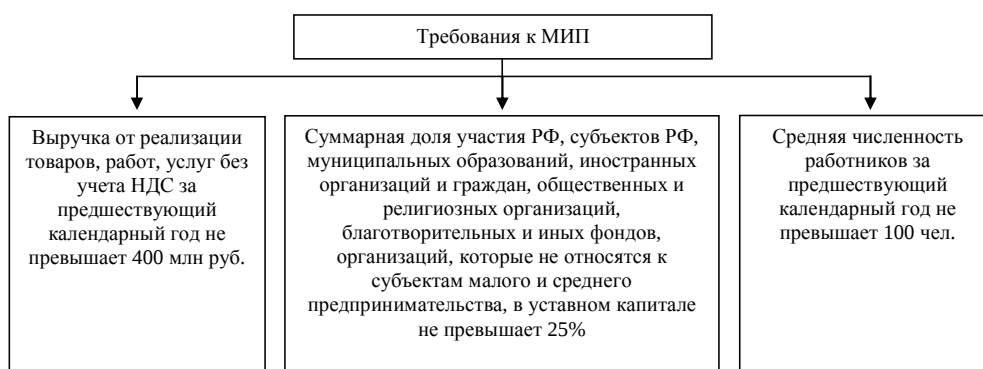


Рис. 2.3. Требования, соблюдаемые МИП, относительно малых предприятий

В связи с тем, что создание малых инновационных предприятий происходит на базе вуза, МИП как хозяйственное общество имеет ряд особенностей [52]:

- освоение студентами базовых компетенций научно-исследовательской и инновационной деятельности через их включение в соответствующие практики;
- реальное включение большинства преподавателей в научно-исследовательскую и инновационную деятельность;
- превращение университетов в центры коммуникации бизнеса, общества, государства по вопросам научного и технологического прогнозирования, обмена передовыми знаниями, решения глобальных проблем;
- междисциплинарность исследований и разработок;
- формирование инновационных производств и организация инновационных предприятий;
- развитие малого инновационного предпринимательства;
- интернационализация научной деятельности и подключение к передовой науке в рамках междисциплинарного научно-технического сотрудниче-

ства, выражающиеся в формировании интернациональных исследовательских коллективов, проведении стажировок в зарубежных научных и международных центрах, публикации результатов научных исследований в ведущих зарубежных журналах.

Из приведенных принципиальных особенностей МИП можно выделить основные принципы, оказывающие влияние на формирование малых инновационных предприятий, создаваемых на базе высших учебных заведений [46]:

- самостоятельность;
- относительная независимость;
- способность решать вопросы по структурной перестройке;
- производство и повышение эффективности показателей социально-экономического развития;
- независимость и адаптивность.

У малых инновационных предприятий, как и у других предприятий и организаций, существуют преимущества и недостатки (табл. 2.2) [53].

Таблица 2.2

Преимущества и недостатки малых инновационных предприятий

Преимущества	Недостатки
1. Быстрое принятие решений и гибкость управления. 2. Быстрая адаптация к рыночным требованиям. 3. Низкий уровень накладных расходов и потребностей в первоначальном капитале. 4. Возможность прямого контакта с потребителем. 5. Более легкий выход на рынок. 6. Относительно более высокая оборачиваемость капитала. 7. Возможность реализации творческого потенциала и свобода при использовании технологических ноу-хау в производстве. 8. Большая степень информированности об уровне рыночного спроса. 9. Взаимозаменяемость работников в силу упрощенной иерархичности отделов. 10. Источник создания новых рабочих мест	1. Сложности получения финансирования и кредитования. 2. Высокий уровень риска. 3. Высокий уровень рыночной конкуренции со стороны крупных фирм. 4. Сложность коммерциализации новых продуктов и технологий. 5. Незначительная степень разделения труда. 6. Недостаток информации. 7. Невысокий уровень профессионализма менеджеров в управлении предприятием. 8. Ориентированность инноваций на небольшие группы потребителей.

Отдельно стоит выделить преимущества создания МИП при университетах. Университет позволяет:

- отсрочить платежи за аренду и коммунальные услуги;
- пользоваться опытно-экспериментальной базой, наработанными связями с партнерами и заказчиками, научным потенциалом, брендом вуза;
- получать через материнскую организацию часть госзаказа;
- повышать скорость проведения научных разработок;
- быстро коммерциализировать результаты исследования.

Таким образом, малые инновационные предприятия обладают характерными особенностями, преимуществами и недостатками, значительно отличающимися от других предприятий, что помогает сделать их деятельность социально значимой, вовлекая в процесс их деятельности студентов и преподавателей.

2.2. Нормативно-правовое регулирование деятельности малых инновационных предприятий

Существует несколько важных этапов в истории развития предпринимательских инициатив в вузах СССР и России, связанных с изменениями нормативно-правового регулирования деятельности малых инновационных предприятий (рис. 2.4).

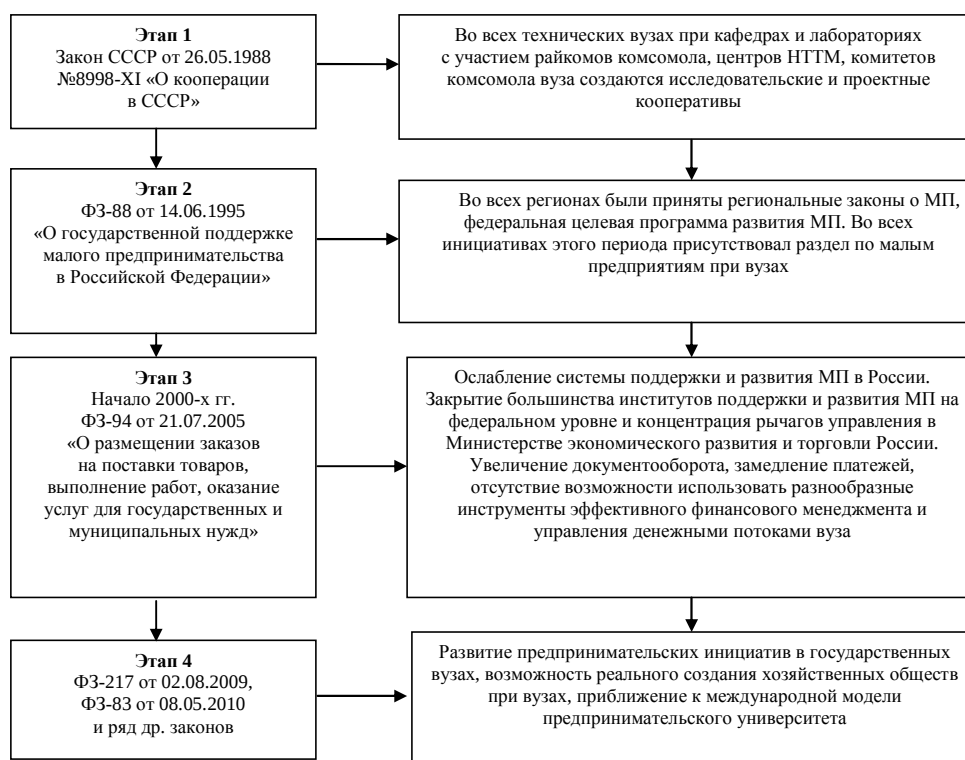


Рис. 2.4. Этапы развития предпринимательских инициатив в государственных вузах России

Таким образом, создание благоприятного инновационного климата и оказание разносторонней поддержки малым инновационным предприятиям (МИП), как уже действующим, так и вновь создаваемым на базе российских вузов, являются важнейшими приоритетами государственной инновационной политики России. Несмотря на то, что процесс создания МИПов при вузах является новым для Российской Федерации, он уже набирает обо-

роты, хотя и сталкивается на своем пути с целым рядом проблем и сложностей различного характера.

В настоящее время государственное нормативное регулирование деятельности малых инновационных предприятий представлено двухуровневой системой: 1) федеральные акты и 2) региональные (табл. 2.3).

Таблица 2.3

Федеральные акты

Наименование документа	Что регламентирует (характеристика)
Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» 24.07.2007 № 209-ФЗ	Закон регулирует отношения, возникающие между юридическими лицами, физическими лицами, органами государственной власти РФ, органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления в сфере развития малого и среднего предпринимательства, определяет понятия субъектов малого и среднего предпринимательства, инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, виды и формы такой поддержки
Федеральный закон от 24.07.2009 № 212-ФЗ (ред. от 29.12.2014) «О страховых взносах в пенсионный фонд Российской Федерации, фонд социального страхования Российской Федерации, федеральный фонд обязательного медицинского страхования»	Закон регулирует отношения, связанные с исчислением и уплатой страховых взносов в Пенсионный фонд РФ на обязательное пенсионное страхование, Фонд социального страхования РФ на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования на обязательное медицинское страхование, а также отношения, возникающие в процессе осуществления контроля за исчислением и уплатой страховых взносов и привлечения к ответственности за нарушение законодательства РФ о страховых взносах
Федеральный закон от 02.08.2009 № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности»	Нововведение данного закона заключается в разрешении высшим учебным заведениям создавать (являясь учредителем, в том числе совместно с другими лицами) хозяйственные общества без согласия собственника их имущества с уведомлением федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере научной и научно-технической деятельности
Федеральный закон от 27.11.2010 № 310-ФЗ «О внесении изменения в статью 346.12 части второй Налогового кодекса Российской Федерации»	Закон позволяет МИП использовать упрощенную систему налогообложения
Федеральный закон от 01.03.2011 № 22-ФЗ «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О науке и государственной научно-технической политике» и статью 171 Федерального закона «О защите конкуренции»	Закон устанавливает правила, согласно которым высшие учебные заведения предоставляют помещения в аренду МИПам

Наименование документа	Что регламентирует (характеристика)
Федеральный закон от 19.07.2007 № 195-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования благоприятных налоговых условий для финансирования инновационной деятельности»	Внесенные изменения расширяют налоговые льготы в области внедренческой деятельности научных и иных организаций
Постановление Правительства РФ от 13.10.2008 № 753 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам полномочий федеральных органов исполнительной власти в сфере развития малого и среднего предпринимательства»	Определяет органы исполнительной власти, на которые возлагается обязанность по разработке мер поддержки субъектов МСП, включающих разработку соответствующих ведомственных целевых программ в установленной сфере деятельности
Постановление Правительства Российской Федерации от 09.04.2010 № 219 «О государственной поддержке развития инновационной инфраструктуры в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионального образования»	Государственная поддержка развития инновационной инфраструктуры, включая поддержку малого инновационного предпринимательства, в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионального осуществляется в целях формирования инновационной среды, развития взаимодействия между образовательными учреждениями и промышленными предприятиями, поддержки создания хозяйственных обществ
Патентный закон РФ от 23.09.1992 № 3517-I	Законом регулируются отношения, возникающие в связи с правовой охраной и использованием изобретений, полезных моделей и промышленных образцов
Гражданский кодекс РФ Часть четвертая Раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации	На результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации) признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом, также личные неимущественные права и иные права (право следования, право доступа и др.)
Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 № 51-ФЗ. Часть 1 Статья 66. Основные положения о хозяйственных товариществах и обществах	Хозяйственными товариществами и обществами признаются корпоративные коммерческие организации с разделенным на доли учредителей уставным капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей, а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе деятельности, принадлежит на праве собственности хозяйственному товариществу или обществу

Наиболее значимым и основополагающим нормативным актом на федеральном уровне является Федеральный закон ФЗ-209 от 24.07.2007 г.

«О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [51].

Федеральный закон № 217-ФЗ от 02.08.2009 заключается в разрешении высшим учебным заведениям создавать хозяйственные общества без согласия собственника их имущества с уведомлением федерального органа исполнительной власти.

Отношения, связанные с исчислением и уплатой (перечислением) страховых взносов, регулирует Федеральный закон от 24.07.2009 № 212-ФЗ (ред. от 29.12.2014).

Статья 66 части 1 ГК РФ от 30.11.1994 № 51-ФЗ описывает основные положения о хозяйственных товариществах и обществах.

В целях создания условий для развития предпринимательства в РФ как важного фактора, обеспечивающего экономический рост и занятость населения, действуют такие нормативные акты, как Указ Президента о мерах по устранению административных барьеров при развитии предпринимательства и первоочередных мерах государственной поддержки малого предпринимательства в РФ [54]. Меры, направленные на поддержку самозанятости и реализацию инвестиционного потенциала малого и среднего бизнеса, включены в перечень реализуемых Правительством Российской Федерации в 2015–2016 годах первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности.

В настоящее время с учетом социально-экономических и внешнеэкономических условий возникает необходимость определения долгосрочной позитивной программы деятельности в сфере развития малого и среднего предпринимательства. В связи с чем на федеральном уровне была принята стратегия развития малого и среднего предпринимательства на период до 2030 года. Стратегия рассматривается как механизм, который позволит скоординировать действия органов власти всех уровней, представителей предпринимательского сообщества и организаций инфраструктуры поддержки и обеспечить на этой основе соответствие принимаемых мер ожиданиям бизнеса и общества в целом по отношению к созданию благоприятных и комфортных условий для реализации предпринимательского потенциала граждан [55].

Региональный уровень представлен государственными программами развития малого инновационного предпринимательства, действующими на территории ДВФО (табл. 2.4) [56].

В каждом регионе ДВФО реализуется поддержка инновационных предприятий в рамках программ поддержки малого и среднего предпринимательства. Можно выделить общие и специфические меры инновационного предпринимательства. К общим относятся механизмы поддержки, применяемые как на территории России, так и в ДВФО на все предпринимательские структуры, вне зависимости от направления их деятельности (табл. 2.5).

Таблица 2.4

Программы развития малого и среднего предпринимательства каждого региона ДВФО

Регион	Название программы	Дата утверждения
Еврейская автономная область	Государственная программа «Формирование благоприятного инвестиционного климата на территории Еврейской автономной области на 2014–2018 годы» (Подпрограмма №2 «Развитие малого и среднего предпринимательства в Еврейской автономной области» на 2014–2018 годы)	30 сентября 2013 г.
Сахалинская область	Государственная программа Сахалинской области «Экономическое развитие и инновационная политика Сахалинской области на 2014–2020 годы» (Подпрограмма № 2 «Развитие малого и среднего предпринимательства в Сахалинской области»)	28 июня 2013 г.
Республика Саха (Якутия)	Государственная программа Республики Саха (Якутия) «Развитие предпринимательства в Республике Саха (Якутия) на 2012–2016 годы»	12 октября 2011 г.
Камчатский край	Государственная программа Камчатского края «Развитие экономики и внешнеэкономической деятельности Камчатского края на 2014–2018 годы» («Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства»)	29 ноября 2013 г.
Амурская область	«Экономическое развитие и инновационная экономика Амурской области на период 2014–2020 годы» Подпрограмма № 2 «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства на территории Амурской области»	25 сентября 2013 г.
Магаданская область	Областная целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Магаданской области на 2013–2016 годы»	26 июля 2012 г.
Приморский край	Подпрограмма № 2 «Развитие малого и среднего предпринимательства в Приморском крае» на 2013–2017 годы государственной Программы Приморского края «Экономическое развитие и Инновационная экономика Приморского края на 2013–2017 годы»	07 декабря 2012 г.
Хабаровский край	Государственная целевая программа Хабаровского края «Развитие малого и среднего предпринимательства в Хабаровском крае на 2013–2020 годы»	17 апреля 2012 г.
Чукотский автономный округ	Государственная программа «Стимулирование экономической активности населения Чукотского автономного округа на 2014–2018 годы» Подпрограмма «Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства»	21 октября 2013 г.

Основные механизмы поддержки малого и среднего предпринимательства

Основные механизмы поддержки	Описание	Цель
Финансовая поддержка	– гранты начинающим (приоритет – безработные, уволенные, в запасе); – субсидии государственным микрофинансовым организациям и региональным гарантийным фондам	– повышение уровня предпринимательской активности; – обеспечение доступа субъектов МСП к финансовым ресурсам посредством предоставления микрозаймов; – обеспечение доступа субъектов МСП к кредитным финансовым ресурсам путем предоставления поручительств по обязательствам субъектов МСП
Модернизация	– субсидирование % ставок по кредитам; – субсидирование приобретения нового оборудования; – субсидирование лизинговых договоров	– обновление и расширение парка производственного оборудования
Инновационная инфраструктура	– центры кластерного развития; – региональные центры инжиниринга; – центры прототипирования	– получение новых высокотехнологичных товаров и услуг; – создание конкурентоспособной экономики; – расширение инфраструктуры
Социальные инициативы: социальное предпринимательство и центры социальных инноваций	– субсидии социальным предпринимателям; – центры инноваций социальной сферы	– поддержка социальных инициатив предпринимателей; – социальное обслуживание граждан, культурно-просветительская деятельность, образование, социальные услуги; – консультационная и правовая поддержка по правам и льготам для субъектов социального предпринимательства, по вопросам бухучета, подготовка финансовой отчетности
Специальная инфраструктура	– бизнес-инкубаторы – технопарки – промпарки	– обеспечение доступа субъектов МСП к оборудованным офисным и производственным помещениям на льготных условиях

В настоящее время для поддержки и развития инновационных предприятий в каждом регионе функционирует Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере – государственная некоммерческая организация в форме федерального государственного бюджетного учреждения, образованная в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 3 февраля 1994 г. № 65.

Основные задачи Фонда:

- проведение государственной политики развития и поддержки малых предприятий в научно-технической сфере;

- оказание прямой финансовой, информационной и иной помощи малым инновационным предприятиям, реализующим проекты по разработке и освоению новых видов наукоемкой продукции и технологий на основе принадлежащей этим предприятиям интеллектуальной собственности;
- создание и развитие инфраструктуры поддержки малого инновационного предпринимательства;
- содействие созданию новых рабочих мест для эффективного использования имеющегося в Российской Федерации научно-технического потенциала;
- привлечение внебюджетных инвестиций в сферу малого инновационного предпринимательства;
- подготовка кадров (в том числе вовлечение молодежи в инновационную деятельность).

Реализуя данные задачи, Фонд ежегодно оказывает финансовую поддержку более чем 1500 малым инновационным предприятиям.

В настоящее время Фонд реализует программы инновационного развития, направленные на создание новых и развитие действующих высокотехнологических компаний, коммерциализацию результатов научно-технической деятельности, привлечение инвестиций в сферу малого инновационного предпринимательства, создание новых рабочих мест (табл. 2.6).

Таблица 2.6

Программы, реализуемые Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере

Название программы	Цель программы
Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Программа «УМНИК» (Приморский край 2014 г. Отборочный тур программы «Участник молодежного научно-инновационного конкурса 2014 г.)	Основная задача – выявление и воспитание кадрового резерва инновационных предпринимателей России. Победители программы не только получают возможность продолжать разработку своих идей с получением субсидий, но и проходят обучение по основным аспектам коммерциализации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ
Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Программа «РАЗВИТИЕ»	Программа предназначена для предприятий, которые уже перешагнули стартовый рубеж, выпускают и реализуют на рынке свою продукцию. Объем финансирования одного проекта по программе составляет до 15 млн руб.
Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Программа «СТАРТ»	Программа была создана с целью поддержки МИПов, находящихся на начальной стадии развития и имеющих большой потенциал коммерциализации. Поддержка предоставляется на 3 года, при этом объем финансирования одного предприятия доходит до 6 млн руб.
Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Программа «КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ»	Программа направлена на предоставление грантов в форме субсидий на финансовое обеспечение расходов, связанных с реализацией инновационных проектов, результаты которых имеют перспективу коммерциализации, за исключением расходов на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ

Название программы	Цель программы
Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Программа «КООПЕРАЦИЯ»	Программа направлена на поддержку инновационной деятельности предприятий в рамках взаимодействия крупных компаний с малым бизнесом. Цель программы – расширение практики вовлечения организаций малого наукоемкого предпринимательства для развития продуктовых линеек производственных компаний (инициатор проекта) со сформированной сетью сбыта, создания новых и обновления существующих высокотехнологичных производств
Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Программа «ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ»	Цель программы – оказание прямой финансовой поддержки малым инновационным предприятиям, реализующим проекты по разработке и освоению новых видов наукоемкой продукции и технологий на основе принадлежащей этим предприятиям или государственным научным организациям интеллектуальной собственности, вводимой в хозяйственный оборот. Программа направлена на повышение конкурентоспособности малого инновационного бизнеса России на международных рынках и развитие рынка отечественной высокотехнологичной продукции, коммерциализацию результатов научно-технической деятельности за счет сотрудничества с международными партнерами и доступа к передовым технологиям и экспертизе. Также программа должна способствовать интеграции российского сектора исследований и разработок в глобальную международную инновационную систему на основе сбалансированного развития международных научно-технических связей Российской Федерации. Также программа включает в себя поддержку компаний с экспортно-ориентированной продукцией с целью увеличения доли несырьевого экспорта из Российской Федерации

За время деятельности Фонда по всем программам поступило свыше 55 000 заявок, заключено более 13 000 контрактов на выполнение НИОКР, поддержано более 12 000 молодых инноваторов, создано более 4500 стартапов.

Участие малых инновационных предприятий в программах Фонда позволяет довести разработку от научной идеи до создания устойчивого бизнеса, привлекательного для отечественных и зарубежных инвесторов.

Инновационные проекты предприятий проходят независимую экспертизу на научно-техническую новизну, финансово-экономическую обоснованность, перспективу рыночной реализации продукции.

Региональные представители Фонда активно работают в 65 регионах Российской Федерации.

Малое инновационное предпринимательство должно сыграть важную роль в развитии как самих университетов, так и региона через:

1) вовлечение в хозяйственный оборот интеллектуальной собственности университета, что, в свою очередь, создает возможности для увеличения доходов как самого вуза, так и авторов изобретений;

2) создание положительного имиджа для университета, который привлекает наиболее талантливую молодежь и формирует интерес потенциальных спонсоров и инвесторов;

3) обеспечение учебных и рабочих мест для студентов, аспирантов и выпускников университета и создание возможности для формирования их профессиональных компетенций;

4) привлечение реальных заказчиков НИОКР, при формировании их рыночной ориентации, что позволяет прогнозировать будущие направления НИОКР;

5) формирование дополнительного дохода, который можно использовать как на развитие новых инновационных проектов, так и на другие направления деятельности вуза.

Именно малые инновационные предприятия в настоящее время являются одной из ведущих институциональных форм коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности вузов [56].

Исходя из вышеизложенного нормативно-правовое регулирование МИП представляет собой сложную и специфическую систему, носящую в настоящее время неустойчивый характер. И для повышения роли данных предприятий необходимо развивать их институциональное обеспечение.

2.3. Современное состояние развития малых инновационных предприятий в Дальневосточном федеральном округе

Устойчивое региональное развитие малых инновационных предприятий выступает одним из главных резервов инновационного потенциала страны. При этом к существенным условиям инновационной активности региона относят эффективное функционирование университетов по созданию малых инновационных предприятий и деятельность самих предприятий.

В настоящее время на Дальнем Востоке только в 6 регионах успешно действуют 103 малых инновационных предприятия, открытых на базе вузов. Количество МИП в регионах Дальневосточного федерального округа представлено на рис. 2.5.

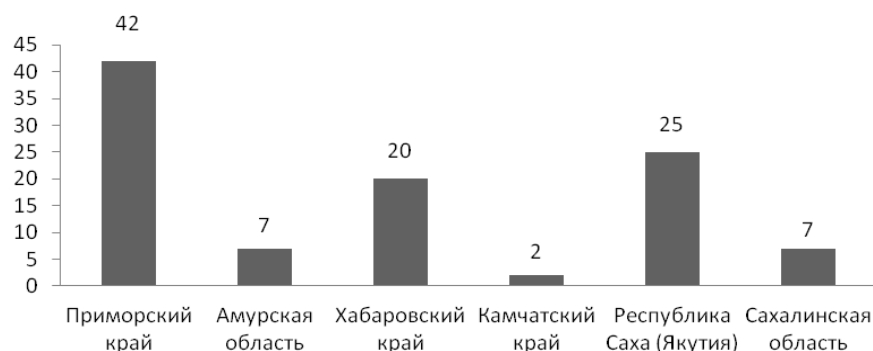


Рис. 2.5. Количество МИП в регионах Дальневосточного федерального округа по состоянию на 2015 г.

Из рисунка следует, что безусловным лидером по созданию МИП в ДВФО является Приморский край. На 2015 год в Приморском крае приходится 42 малых инновационных предприятия, что говорит об инициативе вузов продвигать на рынок коммерциализацию научных разработок.

В группу лидеров по количеству созданных МИП также входят Республика Саха (Якутия) и Хабаровский край. В данных регионах действуют в среднем 22 малых инновационных предприятия.

Средние позиции по праву занимают Амурская и Сахалинская области, насчитывая по 7 МИПов. Камчатский край сильно отстает от других регионов, поскольку на данный регион приходится всего 2 малых инновационных предприятия.

В Еврейской автономной области и в Чукотском автономном округе отсутствуют малые инновационные предприятия, что связано со спецификой исторически сложившейся деятельностью и климатом, а также с недоступностью и неинформативностью институционального обеспечения местной администрации по созданию и поддержке МИПов (рис. 2.6).

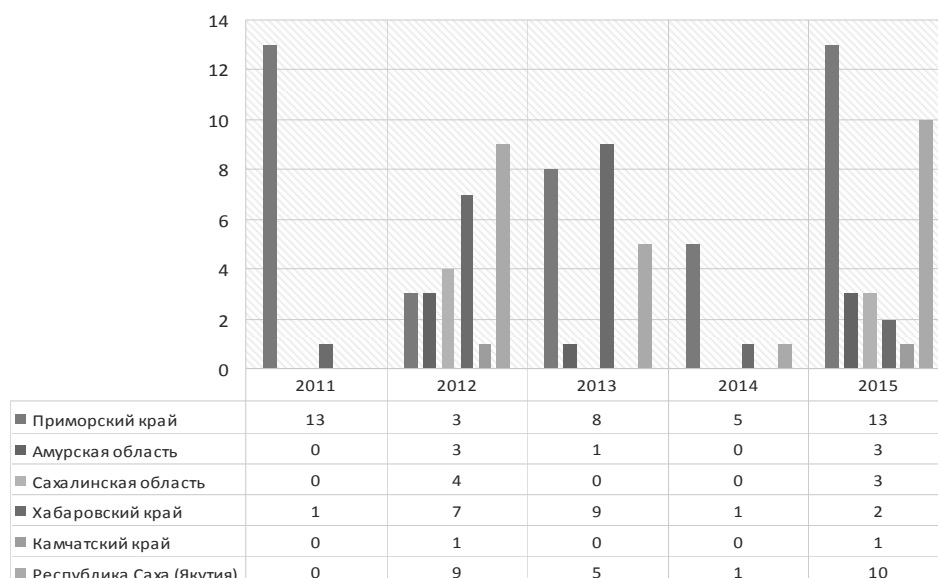


Рис. 2.6. Количество созданных МИП в регионах Дальневосточного федерального округа по состоянию на 2011–2015 гг.

Стратегически важным регионом развития ДВФО является Приморский край, который на сегодняшний день составляет самую большую долю созданных малых инновационных предприятия в округе (41%) и насчитывает 42 малых инновационных предприятия. Наибольшее количество МИП было открыто в Приморском крае в 2010 и 2014 годах. В 2010 году это связано с введенным в 2009 году законом 217-ФЗ, который дает вузам право открывать малые инновационные предприятия. Данное нововведение способствовало их быстрому росту. В 2015 году заметно вырос спрос на научные разработки, что способствовало росту предложения, то есть созданию новых МИП.

В 2011 году показатель был самым низким за исследуемый период и составил всего 3 предприятия, что на 24% меньше, чем в 2010 году. В 2012 году на рынок вышли 8 малых инновационных предприятия, что на 12% больше, чем в 2011 году, и на 12% меньше, чем в 2010 и 2015 годах. На 7% уменьшилось количество открывшихся МИП в 2013 году по сравнению с 2012 годом и составило 5 предприятий.

Второе место по количеству МИП занимает Республика Саха (Якутия). Доля МИП в данном регионе составляет 24%. Самое большое количество созданных МИП отмечается в 2014 году и составляет 10 предприятий. В 2011 году в данном регионе открылось 9 МИП, что дало начало развитию инновационной деятельности в республике. В 2012 году количество МИП уменьшилось на 16% по сравнению с 2011 годом и составило 5 предприятий. Наиболее неблагоприятным для продвижения научных разработок на рынок был 2013 год: количество открывшихся МИП снизилось на 16% по сравнению с 2012 годом и составило 1 предприятие.

Хабаровский край насчитывает 20 МИП, что составляет 19% от общего количества МИП в ДВФО. На протяжении трех лет в данном регионе наблюдалась положительная тенденция в создании новых предприятий, а самый высокий рост показателя наблюдается в 2012 году. В 2013 году происходит резкое снижение, которое составляет 40%. В 2015 году количество МИП составило 2 предприятия, что на 5% больше, чем в 2013 году.

На Амурскую и Сахалинскую области приходится по 7 МИП, т.е. 7% от общего количества МИП в ДВФО. Наибольший рост количества МИП в Амурской области зафиксирован в 2011 и 2015 годах. В 2012 году открылось всего одно предприятие. В Сахалинской области в 2011 году был самый высокий показатель открытия МИП – 4 предприятия. А в 2014 году открылось 3 предприятия.

В Камчатском крае существует всего 2 малых инновационных предприятия, которые открылись в 2011 и 2014 годах.

Ведущими университетами Приморского края по количеству созданных МИПов являются Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ) и Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС). В ДВФУ насчитывается 19 малых инновационных предприятий, что на 8% больше, чем во ВГУЭС (16 МИПов). В Дальневосточном государственном техническом рыбохозяйственном университете функционируют 2 малых инновационных предприятия, а в Приморской государственной сельскохозяйственной академии, Тихоокеанском государственном медицинском университете Министерства здравоохранения Российской Федерации, Тихоокеанском институте биоорганической химии им. Г.Б. Елякова Дальневосточного отделения Российской академии наук, Тихоокеанском океанологическом институте им. В.И. Ильичева Дальневосточного отделения Российской академии наук насчитывается по одному МИПу.

Стоит отметить, что основным видом деятельности МИП являются научные исследования и разработки в области естественных и технических наук (ОКВЭД 73.10) и научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук (ОКВЭД 73.20). Поэтому 60,19% всех создан-

ных в ДВФО МИПов занимаются научными исследованиями и разработками в области естественных и технических наук, 19,42% предприятий осуществляют научную деятельность в области общественных и гуманитарных наук, а оставшиеся 20,39% занимаются совершенно другой деятельностью.

Так, к примеру, 1,94% занимают предприятия, осуществляющие деятельность по разработке программного обеспечения и консультированию в этой области (ОКВЭД 72.20). Такую же долю занимают предприятия, занимающиеся инженерными изысканиями для строительства (ОКВЭД 74.20.35), а также МИПы, осуществляющие деятельность по созданию и использованию баз данных и инновационных ресурсов, в том числе ресурсов сети Интернет (ОКВЭД 72.40). Чуть меньшую долю (0,97%) занимают предприятия, представленные в табл. 2.7.

Таблица 2.7

Количество МИП, имеющих прочие виды деятельности

№ ОКВЭД	Наименование ОКВЭД	Наименование вуза	Наименование предприятия
20.3	Производство деревянных строительных конструкций, включая сборные деревянные строения, и столярных изделий	Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова	ООО «Нордвуд»
20.30.2	Производство сборных деревянных строений	Дальневосточный федеральный университет	ООО «Инновационное деревянное домостроение»
22.25	Прочая полиграфическая деятельность	Амурский государственный университет	ООО «Амурские новационные технологии»
28.1	Производство строительных металлических конструкций и изделий	Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова	ООО «Адгезия-металлоконструкции»
45.12	Разведочное бурение	Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова	ООО «Малое инновационное предприятие «Арктик-Бур»
45.2	Строительство зданий и сооружений	Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет	ООО «ИНКОМ-НЕТ»
45.31	Производство электромонтажных работ	Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет	ООО «Энергосервис»
63.30	Деятельность туристических агентств	Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова	ООО «Малое инновационное предприятие «Ай-ан-Трэвел»

№ ОКВЭД	Наименование ОКВЭД	Наименование вуза	Наименование предприятия
71.40.9	Прокат прочих бытовых изделий и предметов личного пользования для домашних хозяйств, предприятий и организаций, не включенных в другие группировки	Благовещенский государственный педагогический университет	ООО «Астра»
72.10	Консультирование по аппаратным средствам вычислительной техники	Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет	ООО «СМС-Трекер»
74.1	Деятельность в области права, бухгалтерского учета и аудита; консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления предприятием	Амурский государственный университет	ООО «Энергосберегающие системы и технологии» («ЭСиТ»)
74.20.2	Геолого-разведочные, геофизические и геохимические работы в области изучения недр и воспроизводства минерально-сырьевой базы	ФГБОУ ВПО «Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга»	ООО «Научно-инновационный центр «Геоконсалтинг»
74.30	Технические испытания, исследования и сертификация	Дальневосточный государственный университет путей сообщения	ООО «Центр ДВГУПС по сертификации работ по охране труда»
80.42	Образование для взрослых и прочие виды образования, не включенные в другие группировки	Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный университет	ООО «Аквариф»
85.1	Деятельность в области здравоохранения	Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова	ООО «Генодиагностика»

В качестве дополнительного классификационного критерия для малых инновационных предприятий может выступать вложенный вузом результат интеллектуальной деятельности.

Стоит отметить, что 39,81% МИП в своей деятельности используют ноу-хау, 29,13% – программы для ЭВМ, 13,59% предпочитают изобретения, 8,74% – полезные модели, чуть меньше используются базы данных – 3,88% и наиболее редким является промышленный образец – всего 0,97%.

Стоит заметить, что из 103 МИП в ДВФО по 4 предприятиям отсутствует информация в части РИД. В процессе развития малые инновационные предприятия (МИП) подвергаются влиянию различных экономических, организационных и социальных факторов. Для территорий с узкой специализацией экономики и удаленных от основного экономического потенциала России присущи свои характерные региональные факторы развития малого ин-

новационного предпринимательства, определяющие соответствующую количественную и качественную динамику его развития.

В ходе исследования были выделены и систематизированы основные факторы, воздействующие на формирование и развитие малых инновационных предприятий (рис. 2.7) [57]. В условиях повышения потенциала развития малых инновационных предприятий необходимо учитывать значимость влияния представленных выше факторов. Для определения значимости влияния на развитие малого инновационного предпринимательства каждого фактора в данной работе будет использован метод экспертных оценок.

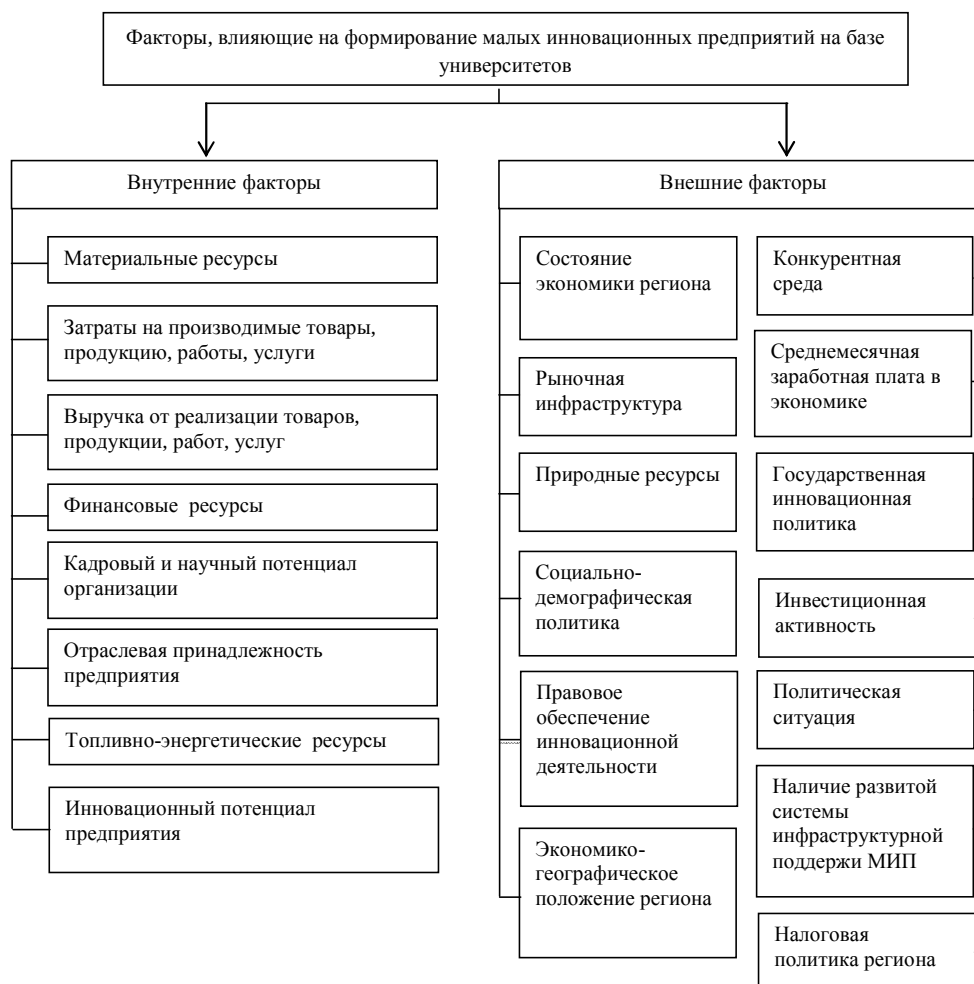


Рис. 2.7. Систематизация факторов, оказывающих влияние на динамику эффективности деятельности МИП

Экспертные оценки представляют собой точки зрения (мнения, суждения) высококвалифицированных специалистов в определенных экспертных областях, сформулированные в виде оценок объекта в содержательной, качественной или количественной форме [58].

Существует множество форм организации проведения экспертных оценок.

В данном исследовании за основу проведения экспертных оценок был взят подход таких авторов, как В.В. Мыльников, Б.П. Титаренко, В.А. Волочиненко [59]. Применение данного метода производится в несколько этапов (рис. 2.8).

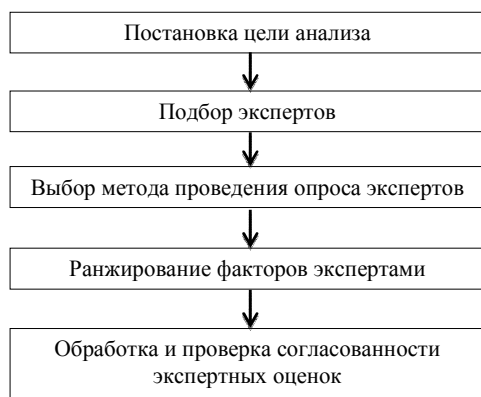


Рис. 2.8. Этапы процесса организации и проведения экспертизы

1 этап: *Постановка цели анализа* – получение групповой оценки по результатам ранжирования экспертами факторов по степени их влияния на эффективность деятельности малых инновационных предприятий, т.е. задача восстановления латентного и своего рода истинного упорядочивания факторов.

2 этап: *Подбор экспертов* – был использован априорный документационный метод.

3 этап: *Выбор метода проведения опроса экспертов* – выделяют несколько основных форм опроса: анкетирование, интервьюирование, метод Дельфи, мозговой штурм и дискуссия. В данном случае формой опроса экспертов для ранжирования факторов по степени их влияния на эффективность деятельности малых инновационных предприятий выбрано анкетирование.

4 этап: *Ранжирование факторов экспертами* – это представление объектов исследуемого множества в порядке убывания их предпочтительности. Получаемые от экспертов мнения выражены в порядковой шкале, таким образом, эксперт определяет важность одного фактора перед другим. Ранги присваиваются в порядке убывания значимости факторов.

5 этап: *Обработка и проверка согласованности экспертных оценок* осуществлялась с использованием методов статистики. В данном случае расчет предполагается производить в несколько этапов:

1 этап. Расчет среднего ранга и вариации по данным матрицы рангов:

$$a = \frac{1}{2} \times m \times (n + 1), \quad (2.1)$$

где a – средний ранг матрицы;

n – максимальная оценка эксперта;

m – количество экспертов.

$$S = \sum_{i=1}^m \times \left(\sum_{j=1}^n x_{ij} - \frac{n \times (m+1)}{2} \right)^2, \quad (2.2)$$

где S – сумма квадратов отклонений всех оценок рангов каждого объекта экспертизы от среднего мнения, которое равно:

x_{ij} – ранг данный i -м экспертом j -му объекту;

n – максимальная оценка эксперта;

m – количество экспертов.

Таким образом, анализ проведенного анкетирования, выполненный с помощью приведенных формул, позволил выделить наиболее важные региональные факторы, влияющие на эффективность деятельности малых инновационных предприятий.

В результате проведенных расчетов каждому фактору была присвоена степень влияния по оценке респондентов (рис. 2.9).

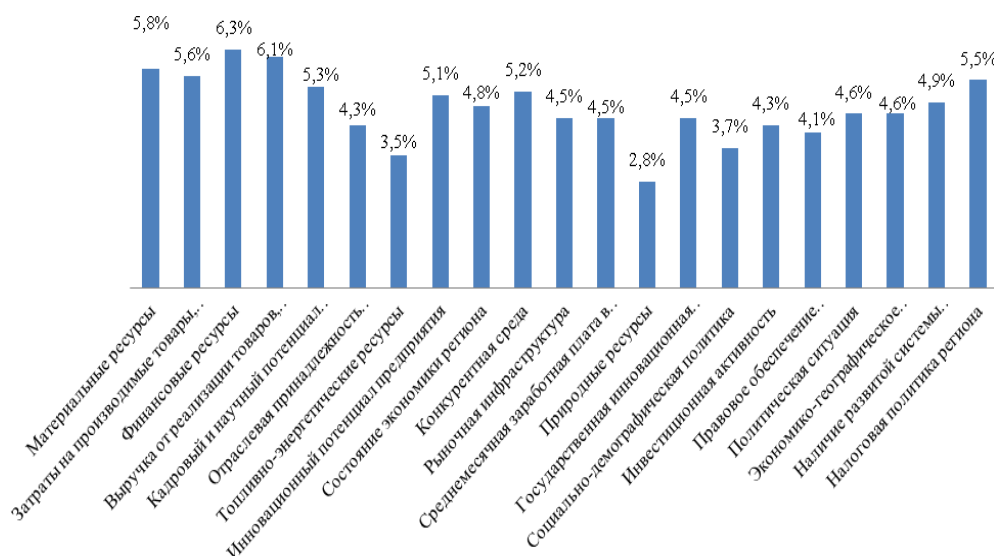


Рис. 2.9. Региональные факторы, влияющие на развитие малых инновационных предприятий по оценке респондентов

2 этап. Далее был произведен отбор факторов с учетом формулы весового коэффициента. Все факторы, имеющие весовой коэффициент выше весового коэффициента среднего ранга, являются наиболее значимыми, они и будут использоваться в целях настоящего исследования (табл. 2.8).

$$\text{Весовой коэффициент} = \frac{a}{\sum \text{сумма рангов}} \times 100 = 4,2\% . \quad (2.3)$$

Таблица 2.8

Факторы, отобранные с учетом значения весового коэффициента

Фактор	Сумма рангов(a)	Квадрат отклонения от среднего (S)	Весовой коэффициент, %
Материальные ресурсы	75	576	6,49
Затраты на производимые товары, продукцию, работы, услуги	73	484	6,32
Финансовые ресурсы	80	841	6,93
Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг	83	1024	7,19
Кадровый и научный потенциал организации	68	289	5,89
Отраслевая принадлежность предприятия	52	1	4,50
Инновационный потенциал предприятия	62	121	5,37
Состояние экономики региона	61	100	5,28
Конкурентная среда	67	256	5,80
Рыночная инфраструктура	56	25	4,85
Среднемесячная заработная плата в экономике	55	16	4,76
Государственная инновационная политика	54	9	4,68
Инвестиционная активность	64	169	5,54
Правовое обеспечение инновационной деятельности	60	81	5,19
Политическая ситуация	55	16	4,76
Экономико-географическое положение региона	58	49	5,02
Наличие развитой системы инфраструктурной поддержки МИП	62	121	5,37
Налоговая политика региона	70	361	6,06
Итого			100,00

3 этап. Следующий этап предполагает оценить согласованность экспертов.

Для определения согласованности экспертов был рассчитан коэффициент конкордации (согласованности) – общий коэффициент ранговой корреляции для группы, состоящей из 17 экспертов.

С этой целью был использован коэффициент конкордации М. Кендалла.

Коэффициент конкордации Кендалла W определяется по формуле:

$$W = \frac{1_2 S}{n^2 (m^3 - m)}, \quad (2.4)$$

где n – количество экспертов;

m – максимальная оценка факторов.

Коэффициент W изменяется в диапазоне от 0 до 1. Его равенство единице означает, что все эксперты присвоили объектам одинаковые ранги. Чем ближе значение коэффициента к нулю, тем менее согласованными являются оценки экспертов.

Расчет согласно приведенным выше формулам показал, что $W = 0,93$.

Иначе говоря, степень согласованности экспертов составляет 93%, следовательно, мнения экспертов достаточно согласованны и могут использоваться при проведении дальнейших исследований.

Таким образом, в результате проведенного исследования была определена (оценена) степень влияния региональных факторов на развитие малых инновационных предприятий (рис. 2.10).

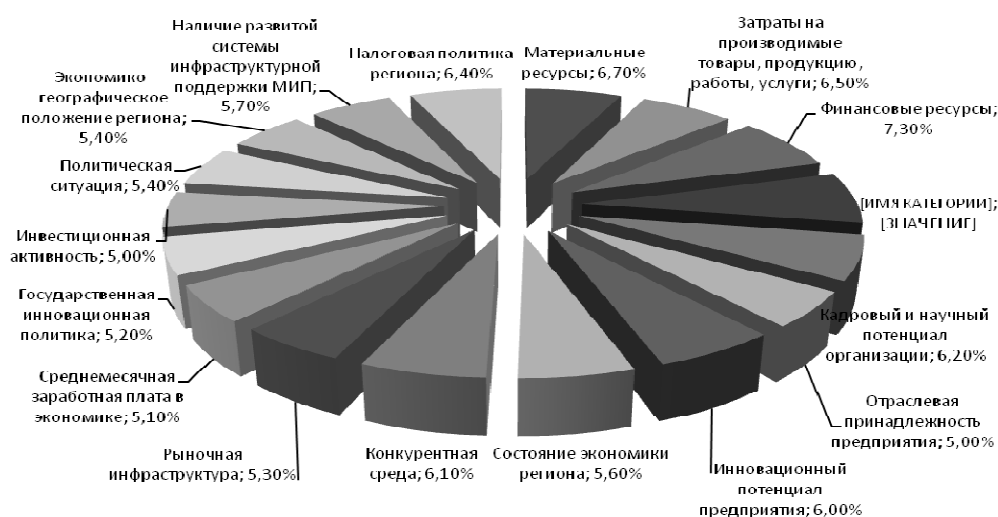


Рис. 2.10. Степень влияния региональных факторов на развитие малого инновационного предпринимательства

По данным рис. 2.10 очевидно, что наиболее значимыми факторами развития МИП являются в основном такие внутренние факторы, как:

- финансовые ресурсы;
- выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг;
- материальные ресурсы и затраты.

Из внешних факторов наибольшее влияние, по мнению экспертов, оказывают налоговая политика и конкурентная среда.

Таким образом, проанализировав тенденции развития малых инновационных предприятий в ДВФО, можно сделать следующие выводы:

1. Безусловным лидером по количеству МИП является Приморский край.

2. Стоит отметить, что к основному виду деятельности МИП относят научные исследования и разработки в области естественных и технических наук (ОКВЭД 73.10) и научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук (ОКВЭД 73.20). Поэтому 60,19% всех созданных в ДВФО МИПов занимаются научными исследованиями и разработками в области естественных и технических наук, 19,42% предприятий осуществляют научную деятельность в области общественных и гуманитарных наук, а оставшиеся 20,39% – совершенно другой деятельностью, например, инженерные изыскания для строительства (ОКВЭД 74.20.35), создание и использование баз данных и инновационных ресурсов, в том числе ресурсов сети Интернет (ОКВЭД 72.40) и др.

3. В процессе развития МИПы подвергаются воздействию различных факторов. Поэтому для определения значимости влияния на эффективность деятельности МИП каждого фактора был использован метод экспертных оценок, его цель – получение групповой оценки по результатам ранжирования экспертами факторов по степени их влияния на эффективность деятельности малых инновационных предприятий Приморского края, т.е. стоит задача восстановления латентного и своего рода истинного упорядочивания факторов. В результате получен высокий уровень согласованности мнений экспертов (коэффициент конкордации Кендалла = 0,95).

Наибольшее влияние на эффективность деятельности малых инновационных предприятий оказывают финансовые ресурсы, объем реализации, трудовые ресурсы, материальные ресурсы, затраты на производимые товары, работы, услуги, налоговая политика.

Глава 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

3.1. Характеристика направлений и отраслевой структуры стратегического партнерства университетов РФ

Рыночные преобразования, происходящие в России последние десятилетия, не могли не затронуть систему образования. Задачи университетов по обеспечению развития образования, науки и культуры по существу не изменились, однако они вынуждены искать и применять новые подходы, а сама деятельность приобретает черты рыночных предприятий, часто требующих нестандартных решений. Сложившаяся ситуация привела к углублению интеграционных процессов [60].

В рамках проведения исследования опыта реализации стратегического партнерства университетов РФ была обобщена информация о стратегических партнерах образовательных учреждений, находящихся в ТОП-100 Национального рейтинга университетов [61], представленная на их официальных сайтах. При проведении исследования использовался графический метод с применением диаграмм для объективной оценки доли тех или иных показателей.

Для выявления характерных особенностей отечественного опыта развития стратегических партнерств университетов были рассмотрены отрасли стратегических партнеров университетов, входящих в выборку.

С целью проведения структурного анализа все стратегические партнёры, представленные на официальных сайтах ведущих университетов, были структурированы по следующим отраслям:

- 1) государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение (далее – ГУ);
- 2) добыча полезных ископаемых;
- 3) здравоохранение и предоставление социальных услуг (далее – здравоохранение);
- 4) образование и наука;
- 5) обрабатывающие производства;
- 6) оптовая и розничная торговля; ремонт транспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования (далее – оптовая и розничная торговля);

- 7) предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (далее – предоставление услуг);
- 8) производство и распределение электроэнергии, газа и воды (далее – производство и распределение электроэнергии);
- 9) сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (далее – сельское хозяйство);
- 10) СМИ;
- 11) спорт;
- 12) строительство;
- 13) транспорт и связь;
- 14) финансовая деятельность.

На рисунке 3.1 наглядно продемонстрирована стратификация отраслевой принадлежности партнеров по указанным отраслям.

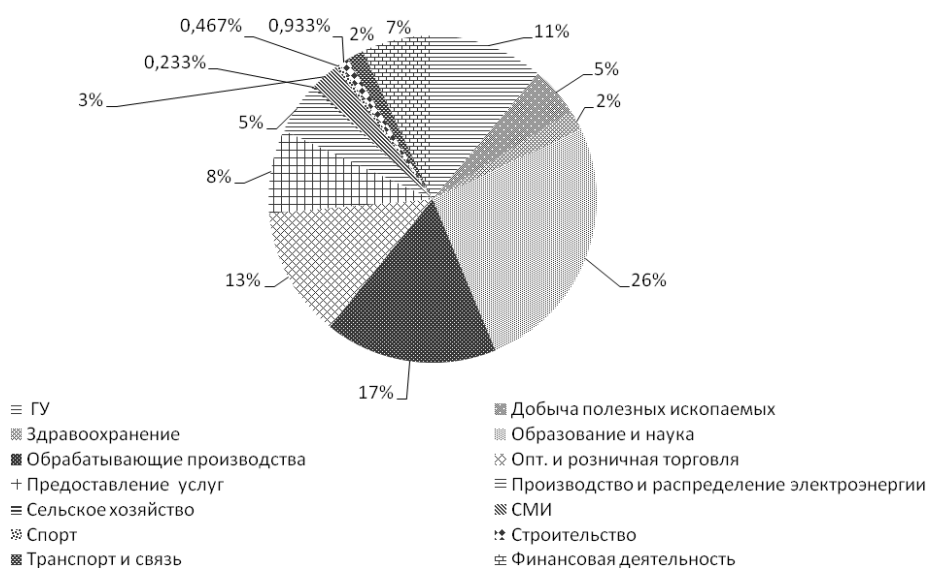


Рис. 3.1. Стратификация отраслевой принадлежности стратегических партнеров ведущих университетов Российской Федерации

Можно отметить, что большую часть стратегических партнеров для ведущих университетов (26%) составляют предприятия, отнесенные авторами к категории «Образование и наука», на втором месте находится отрасль, включающая в себя «Обрабатывающие производства» (17%), на третьем месте расположились предприятия, отнесенные к отрасли «Оптовая и розничная торговля; ремонт транспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования» (13%). Наименьшую долю в сотрудничестве с ведущими университетами страны занимают такие отрасли, как «Спорт» (0,467%), «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» (0,233%).

Для того чтобы выявить закономерность данного процентного соотношения отраслей производства и предоставления услуг в сфере стратегического партнерства с университетами страны, была проведена стратификация университетов, входящих в ТОП-100 по географической принадлежности. На рисунке 3.2 представлена диаграмма, отражающая процентное соотношение

присутствия представителей Национального рейтинга на территории округов и городов федерального значения.

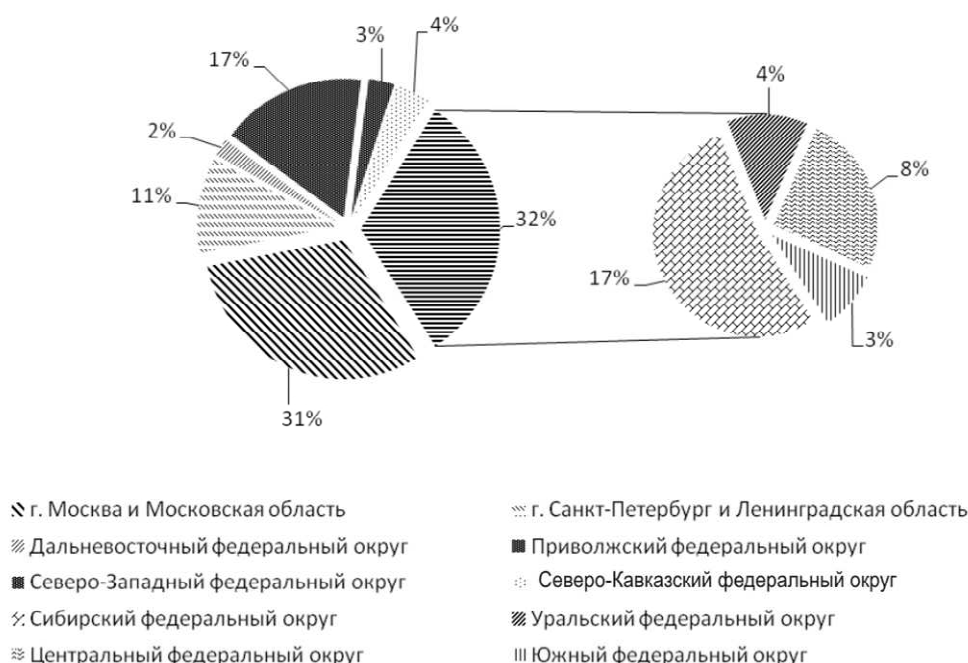


Рис. 3.2. Распределение университетов Национального рейтинга по федеральным округам Российской Федерации

Для этого были выделены следующие географические единицы, на территории которых находятся вузы, вошедшие в ТОП-100:

- 1) г. Москва и Московская область;
- 2) г. Санкт-Петербург и Ленинградская область;
- 3) Сибирский федеральный округ;
- 4) Уральский федеральный округ;
- 5) Приволжский федеральный округ;
- 6) Южный федеральный округ;
- 7) Дальневосточный федеральный округ;
- 8) Центральный федеральный округ;
- 9) Северо-Западный федеральный округ;
- 10) Северо-Кавказский федеральный округ.

Как видно на рис. 3.2, почти треть (31%) ведущих университетов страны расположены в г. Москва и (или) Московской области, на втором месте находятся сразу два федеральных округа – Приволжский федеральный округ (17%) и Сибирский федеральный округ (17%). Расположение в рейтинге на втором месте Приволжского федерального округа в первую очередь связано с наличием в округе 4 городов с населением более 1 миллиона человек, таких, как Нижний Новгород, Уфа, Казань, Самара.

Для объективной оценки и выявления особенностей развития стратегического партнерства рассмотрим отраслевую структуру партнеров в рамках

округов и городов федерального значения отдельно. Из анализа будут исключены округа с процентной долей менее 10%, поскольку на их территории находится крайне небольшое количество университетов.

При анализе распределения отраслей партнеров университетов по регионам лидируют по количеству университетов, входящих в ТОП-100 Национального рейтинга, г. Москва и Московская область, Приволжский и Сибирские федеральные округа.

Исходя из представленных данных можно выделить ряд особенностей развития стратегического партнерства университетов в РФ. Наибольшее суммарное число стратегических партнеров относится к отрасли «Образование и наука», что свидетельствует о предпочтении партнерских отношений между различными университетами.

Чаще всего в качестве партнеров выступают зарубежные университеты, с которыми реализуются проекты в образовательной сфере. Основными направлениями такого партнерства являются:

- совместная реализация образовательных программ,
- стажировки студентов, преподавателей, аспирантов;
- обменные программы.

При этом организации среднего общего и среднего профессионального образования в структуре стратегических партнеров университетов не представлены.

Следующей особенностью является соответствие лидирующей отрасли стратегического партнерства университетов отраслевой направленности региона, где они находятся. Рассмотрим отдельно каждый из представленных на рис. 3.2 регионов.

По г. Москва и Московской области можно отметить, что большую часть (31%) среди стратегических партнеров составляют организации «Образования и науки», по мнению автора, данный факт обусловлен высоким рейтингом университетов, находящихся в регионе. Каждый из них имеет хорошую деловую репутацию и партнерство с ним для других университетов привлекательно.

На втором месте находится «Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение». Связано это с региональной особенностью – сосредоточением различных министерств и ведомств в регионе.

В Приволжском федеральном округе большую часть партнеров ведущих университетов составляют предприятия и организации, относящиеся к отрасли «Обрабатывающие производства», к которым отнесены легкая и тяжелая промышленности, машиностроение, кораблестроение и другие смежные отрасли.

Обусловлено это тем, что в структуре промышленности Приволжского федерального округа ведущую роль, главным образом, играют машиностроение и топливно-энергетический комплекс. Также на высоком уровне развиты предприятия легкой и химической промышленности. На территории Приволжского федерального округа действуют судостроительные, дизель-строительные и станкостроительные предприятия. Одна из характерных черт

Приволжского ФО – большое количество предприятий военно-промышленного комплекса.

Основные производственные мощности региона сконцентрированы в Республиках Башкортостан и Татарстан, в Пермской, Самарской и Нижегородской областях. Предприятия машиностроения и автомобильной промышленности расположены в Нижегородской и Самарской областях. Центрами легкового автомобилестроения являются города Ульяновск и Тольятти. Крупнейшие предприятия отрасли: объединенные в «Группу ГАЗ» ООО «Автомобильный завод ГАЗ» и ОАО «ГАЗ», АвтоВАЗ, КамАЗ и УАЗ. На эти предприятия, являющиеся основой машиностроительного сектора автомобилестроения, приходится практически 55% совокупного валового дохода машиностроения всего Приволжского федерального округа.

На территории Приволжского федерального округа сосредоточены практически все российские производители основной продукции химического комплекса. Химическую промышленность Приволжья представляют такие широко известные крупнейшие предприятия отрасли, как ОАО «НоваТЭК», ОАО «Тольяттиазот», Холдинг «СИБУР», ЗАО «Волгопромхим», ОАО «Волжский оргсинтез», ЗАО «Куйбышевазот», ОАО «Завод бытовой химии» и ОАО «Нижекамскнефтехим»¹.

Партнерство с крупнейшими организациями округа осуществляется по различным направлениям, среди которых наиболее распространенными являются трудоустройство выпускников и организация студенческих практик.

В Сибирском федеральном округе на первом месте находится отрасль «Образование и наука» (24%), а на втором отрасль «Оптовая и розничная торговля; ремонт транспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования» (19%).

Большая часть предприятий отрасли «Оптовая и розничная торговля; ремонт транспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования» в первую очередь связана со стратегической программой развития торговли в Сибирском федеральном округе, в качестве основных задач которой выделены:

- образование региональных ассоциаций, союзов предприятий и сетевых организаций рыночной инфраструктуры для контроля качества товаров и учета интересов товаропроизводителей и продавцов;
- формирование конкурентной среды на основе практически и научно обоснованной антимонопольной политики в сфере производства и обращения товаров и услуг, особенно в сетевой торговле;
- создание благоприятного экономического и инвестиционного климата в субъектах округа, особенно дотационных и с низким уровнем экономического развития, для активизации предпринимательской деятельности в сфере торговли и услуг и привлечения новых инвестиций из других субъектов СФО, регионов и государств;

¹ Торгово-промышленный портал МЕТАПРОМ. URL: <http://www.metaprom.ru/articles/a484-privoljskiy-federalnyy-okrug-promyshlennost-privoljya> (дата обращения 01.06.2015).

– формирование единого торгового облика городов и крупных поселений субъектов СФО, направленного на выполнение торговыми предприятиями не только торговых функций, но и коммуникационных, досуговых, обучающе-развивающих и др.

Далее рассмотрим распределение по отраслям стратегических партнеров оставшихся территорий, к которым относятся Центральный федеральный округ, г. Санкт-Петербург и Ленинградская область, Южный федеральный округ. Уральский федеральный округ рассмотрим отдельно, поскольку отраслевая структура стратегических партнеров университетов данного региона существенно отличается.

Ситуация, похожая на расположение отраслей партнеров университетов в г. Москве и Московской области, наблюдается и в г. Санкт-Петербург и Ленинградской области. В этих территориях федерального значения на первом месте, как и в г. Москва, «Образование и наука» (35%). Что примечательно, на втором месте среди отраслей партнеров в г. Санкт-Петербург и Ленинградской области находится «Оптовая и розничная торговля; ремонт транспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования».

Наличие порта в г. Санкт-Петербург, дающее выход к мировым морским торговым путям, позволяет крупным торговым компаниям находиться в этом городе федерального значения.

В Центральном федеральном округе на первой позиции находится отрасль «Образование и наука» (23%). На втором месте находятся сразу три отрасли: «Оптовая и розничная торговля», «Обрабатывающие производства», «Предоставление услуг».

В Южном федеральном округе на первом месте среди отраслей партнеров ведущих университетов округа находится отрасль «Оптовая и розничная торговля; ремонт транспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования» (29%), довольно близко к ней по доле значимости находится отрасль «Предоставление прочих коммунальных, социальных услуг» (23%).

Присутствие на первом месте отрасли, связанной с торговлей, объясняется в первую очередь удобным географическим положением Южного федерального округа. Он находится на границах России с Казахстаном и Украиной, а также имеет выход к 3 морям. Столь удобное географическое расположение обязывает округ к созданию торговых предприятий, которые и взаимодействуют с местными университетами.

Уральский федеральный округ представлен наименьшим количеством отраслей среди организаций – стратегических партнеров университетов. Больше половины отраслей (67%) занимает «Добыча полезных ископаемых». В первую очередь это связано с расположением на территории данного округа крупнейших месторождений природных полезных ископаемых, добываемых на территории округа в очень больших количествах, и как следствие наличием крупных предприятий данной отрасли, нуждающихся в кадровых ресурсах.

Отраслевая структура стратегических партнеров университетов Дальневосточного и Северо-Кавказского округов не анализировалась по причине

присутствия от них малого количества университетов в ТОП-100 Национального рейтинга, что не позволяет получить требуемую выборку и провести объективный анализ.

Сравнение отраслевой структуры в разрезе субъектов федерации позволило определить, что характерной чертой партнерства университетов Центрального и Северо-западного федеральных округов является преобладание взаимодействий с организациями сферы образования и науки. С удалением от центра доля указанной сферы в отраслевой структуре снижается.

Для понимания основных направлений и тенденций развития стратегического партнерства университетов необходимо проанализировать формы и способы интеграции университетов за рубежом. Для проведения исследования были выбраны университеты, лидирующие в двух международных рейтингах: «Academic Ranking of World Universities» (Шанхайский рейтинг) и «Times Higher Education World Universities Rankings». Эти рейтинговые системы были выбраны как самые авторитетные в мировой практике.

При проведении анализа интеграции университетов и бизнес-сообществ в представленных выше университетах была выявлена закономерность, показывающая, что подход к интеграции университетов и бизнес-сообществ за рубежом отличается от подхода в Российской Федерации. Каждый из представленных в рейтинге университетов использует партнерскую программу, которая объединяет местный, национальный, а иногда и международный бизнес в целях финансирования исследований в конкретном университете. Каждая из участвующих компаний делает ежегодный взнос в фонд программы в размере, который определяется администрацией программы и зависит от размера предприятия.

Помимо партнерской программы иностранные университеты в целях интеграции бизнес-сообществ и университетов используют программу офиса технологического трансферта, основной задачей которого является создание эффективных механизмов перехода (перетекания) создаваемых в университетских лабораториях технологий непосредственно в бизнес, общественную практику. Ежегодно приобретает более 100 патентов, 25% от суммы которых идет непосредственно изобретателю.

Так же активно используется еще одна форма стратегического партнерства в международных университетах, которая нашла наиболее яркое отражение в Стендфордском университете – это создание технопарков, основная цель которых – привлечение на их территорию молодых перспективных ученых для разработки и производства современной техники по заказам ведущих мировых компаний.

Международные университеты, в отличие от университетов Российской Федерации, очень редко публикуют список своих партнеров. Вместо этого пресс-службы иностранных университетов занимаются продвижением в обществе информации о тех научных и исследовательских открытиях, которые были сделаны и (или) планируются на базе того или иного университета.

Например, Калифорнийский технический институт поддерживает интенсивную программу спонсорской поддержки со стороны местного и международного бизнеса. В ней используется отлаженная система связей с выпуск-

никами. Активная работа с ними позволяет Калифорнийскому техническому институту получать, во-первых, стабильный поток индивидуальных спонсорских поступлений и, во-вторых, поддерживать несколько коллективных фондов, основной целью которых является финансирование обучения и исследований в этом институте. И, наконец, Калифорнийский технический институт проводит множество исследований по заказам частного бизнеса и получает финансирование в форме грантов от различных фондов.

В отличие от Калифорнийского технического университета, еще один постоянный представитель обоих рейтингов – Имперский колледж Лондона ведет несколько иную политику развития стратегического партнерства. Основной концепт Имперского колледжа Лондона в этой сфере – заключение контрактов с компаниями на проведение совместного исследования с целью получения полезного для общества открытия.

Например, в феврале 2013 года Имперский колледж Лондона заключил контракт на совместное изучение гемофилии вместе с американской компанией BioMarin. Исследование было закончено в мае 2014 года. Результатом исследования стало появление терапии, позволяющей бороться с гемофилией, что послужило огромным толчком к дальнейшим исследованиям в этой отрасли.

Приведенные выше формы стратегического партнерства университетов с различными хозяйствующими субъектами используются и остальными университетами, отмеченными в ТОП-20 обеих рейтинговых систем.

Таким образом, по результатам исследования можно сделать следующие выводы.

Подходы к формированию и развитию стратегического партнерства российских и зарубежных университетов кардинально отличаются друг от друга.

Основные направления стратегического партнерства университетов за рубежом – это совместные исследования и создания фондов с целью использования их в помощь для проведения исследований. Партнерские отношения в российских университетах в большей степени ориентированы на образовательную деятельность и лежат в плоскости совместной реализации образовательных и/или обменных программ, организации студенческих практик. В последнее время получила развитие такая форма, как создание целевых фондов и ассоциаций выпускников.

Стратегическое партнерство университетов с различными хозяйствующими субъектами позволяет им соответствовать требованиям конкурентной среды и адаптироваться к ее изменениям.

Исследования текущего состояния интеграционных процессов бизнеса и университетов на основе опыта 100 лучших университетов страны показали, что в каждом федеральном округе на интеграционные процессы оказывают существенное влияние цели и отраслевая специфика развития регионов, в которых расположены университеты.

Рассмотрим опыт реализации стратегического партнёрства на примере ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» (ВГУЭС).

В таблице 3.1 приведена динамика рейтинговой позиции ВГУЭС в Национальном рейтинге университетов. Анализ проводился с 2013 года, поскольку до указанного времени университет не участвовал в рейтинге.

Таблица 3.1

Динамика рейтинговой позиции ВГУЭС

Рейтинговая позиция	2016 предварительно	2014–2015	2013–2014
Общий рейтинг	59–60	157–158	141
Образование	84	181	150
Исследования	156	129	129-130
Бренд	59	131	144-145
Социализация	-	153	109-110
Интернационализация	-	117	131
Инновации	-	126	149

Исходя из данных табл. 3.1, можно отметить, что практически все позиции, формирующие общий рейтинг, имеют положительную динамику. На большинство показателей, формирующих рейтинг, может оказывать положительное влияние развитие стратегического партнерства. В частности, такую категорию, как «Инновации», формируют показатели:

- уровень развития инновационного предпринимательства в вузе;
- участие вуза в разработке технологических платформ, в Программах инновационного развития высокотехнологичных компаний;
- участие вуза в программах развития технологического предпринимательства;
- реализуемые вузом образовательные программы (основного и дополнительного образования) в сфере предпринимательства;
- объем хозяйственных работ в бюджете вуза (по данным последнего отчетного периода);
- участие НПП вуза и обучающихся в вузе в объектах инновационной инфраструктуры [6].

Цель проводимого исследования – комплексный анализ состояния взаимодействия университета и бизнес-структур (работодателей) в области развития стратегического партнерства, выявление потребностей работодателей и предложение направлений развития этого взаимодействия. При проведении исследования были использованы такие методы, как анкетирование, вертикальный и горизонтальный анализ.

Приглашение к участию в анкетировании было разослано 200 компаниям. Из них порядка 20% дали обратную связь. Такое небольшое количество участвующих говорит о недостаточной активности предприятий в сфере развития интеграционных отношений.

Респонденты, принявшие участие в анкетировании, представлены мелкими (68%) и крупными (21%) компаниями. По сфере деятельности компа-

нии подразделены на торговлю и дистрибуцию – 53%, строительство и проектирование – 11%, финансовую деятельность – 21%, маркетинг и рекламу, связь и телеком, транспорт и логистику соответственно 5%.

Одной из задач исследования являлось определение основных признаков стратегического партнёрства с позиции работодателей. Результаты представлены в табл. 3.2.

Таблица 3.2

Признаки стратегического партнерства с университетом

Признаки	Удельный вес, %
Долгосрочное и стабильное сотрудничество	63
Сотрудничество ради достижения одной общей цели	11
Обоюдovыгодное сотрудничество равноправных субъектов	16
Договоренность компаний для совместной работы в одном направлении	11

Наиболее популярным критерием стратегического партнерства, по мнению работодателей, является долгосрочное и стабильное сотрудничество, так считают 63% респондентов. Обоюдное сотрудничество равноправных субъектов выбрали 16%, 11% пришлось на договоренность компаний для совместной работы в одном направлении.

Можно сказать, что для работодателей стратегическое партнерство это в первую очередь долгосрочное и стабильное сотрудничество *равноправных* субъектов для совместной работы в одном направлении.

В число обязательных условий, необходимых для повышения привлекательности университета для работодателей, входят:

- 1) высокое качество подготовки выпускников и их востребованность на рынке труда;
- 2) спектр предлагаемых университетом направлений профессиональной подготовки;
- 3) активное сотрудничество с частными компаниями по различным направлениям;
- 4) положительный имидж университета.

По мнению большинства компаний, наиболее популярной формой взаимодействия компаний с университетом является организация различного вида практик, на втором месте находится трудоустройство студентов. Чаще всего данные формы взаимодействия идут совместно, нередко после прохождения практики студенты, если зарекомендовали себя с хорошей стороны, трудоустраиваются в эту же компанию.

В таблице 3.3 представлены результаты ответов на вопрос о длительности сотрудничества с университетом.

Таблица 3.3

Возраст партнерских отношений с университетом

Длительность партнёрских отношений	Удельный вес, %
Менее 1 года	26
От 1 до 3 лет	58
От 3 до 5 лет	15
Свыше 5 лет	1

Делая вывод по табл. 3.3, можно сказать, что в среднем компании имеют с университетом среднесрочные отношения от 1 до 3 лет. Положительным является наличие компаний, имеющих долгосрочные отношения: свыше 3 лет – 16% компаний.

Одной из задач проводимого исследования является выявление потребностей компании-партнера, их анализ.

В таблице 3.4 предоставлены ожидаемые результаты партнерства со стороны бизнес-среды.

Как видно из табл. 3.4, большинство из опрошенных компаний хотят с помощью стратегического партнерства решить проблему с кадрами и обновить трудовые ресурсы. Второй по значимости результат для многих компаний выражается в возможности отбора перспективных выпускников.

Таблица 3.4

Ожидаемые результаты партнерства

Ожидаемый результат	Удельный вес, %
Обновление трудовых ресурсов	79
Возможность отбора перспективных выпускников	42
Возможность подготовить специалистов именно для своего предприятия с учетом специфики деятельности	11
Использование научного потенциала университета для повышения эффективности бизнеса компании	11
Возможность корректировки программы обучения молодых специалистов для повышения качества подготовки выпускников	16

Немногие из общего числа опрошенных компаний хотят с помощью партнерства использовать научный потенциал университета для повышения эффективности бизнеса компании – всего 11%. Такое положение вещей можно объяснить тем, что большинство из опрошенных предприятий относятся к малому бизнесу. В такой ситуации университетам необходимо занимать активную позицию в стимулировании спроса на такие направления взаимодействия, как наука и инновации.

В настоящий момент программы партнерства во ВГУЭС реализуются по следующим направлениям:

- 1) усиление практико-ориентированной составляющей подготовки по образовательным программам;
- 2) участие специалистов-практиков в учебном процессе;
- 3) система практик и стажировок студентов в компаниях-партнерах;
- 4) проектные и исследовательские работы по заказам предприятий.

Как отмечалось выше, программы стратегического партнерства необходимы университету для соответствия современным требованиям и обеспечения собственной конкурентоспособности.

Чаще всего в качестве предмета договоров о сотрудничестве выступают следующие позиции:

- 1) подготовка кадров для удовлетворения потребностей предприятия по образовательным программам, реализуемым университетом;
- 2) осуществление переподготовки, повышения квалификации и профессионального обучения работников предприятия;
- 3) организация всех видов практик (учебной, производственной, преддипломной, научно-исследовательской) студентов университета на предприятии по предварительно согласованному графику, списку направлений подготовки и количеству человек;
- 4) участие высококвалифицированных специалистов предприятия в заседаниях государственной экзаменационной комиссии (далее – ГЭК) университета с целью отбора перспективных выпускников университета для трудоустройства, а также привлечение представителей предприятия для разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников;
- 5) разработка и реализация программ инновационного развития предприятия и университета;
- 6) привлечение научно-педагогических работников университета для участия в разработке решений для повышения эффективности производственной деятельности предприятия.

Из вышеуказанных пунктов можно отметить, что стратегическое партнерство возможно по самым разным направлениям, значимым не только для университета, но и для предприятия.

Рассмотрим соотношение отраслей партнеров ВГУЭС, с которыми заключены договоры комплексного сотрудничества (по состоянию на 2015 год).

Представленная ниже диаграмма составлена на основе анализа договоров, имеющихся в базе РЦ «Старт-Карьера», который является структурным подразделением ВГУЭС, реализует различного рода программы, направленные на трудоустройство студентов университета, помогающие им в поиске работы.

Региональный центр «Старт-Карьера» регулярно проводит бесплатные семинары и тренинги для студентов с привлечением сотрудников из компаний, с которыми у ВГУЭС заключен договор о комплексном сотрудничестве. Наличие на территории университета РЦ «Старт-Карьера» помогает студентам во многих затруднительных для них вопросах, связанных в первую очередь с трудоустройством.

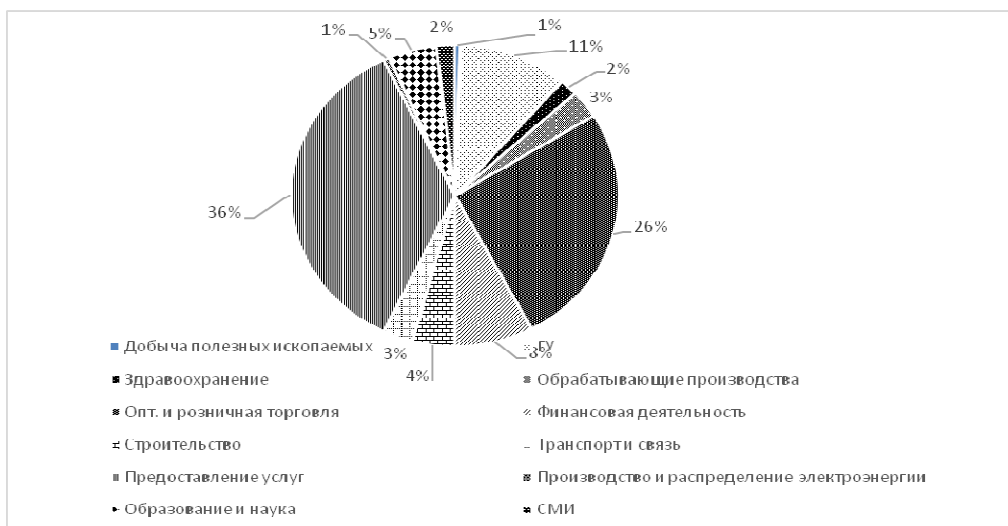


Рис. 3.3. Соотношение отраслей партнеров, участвующих в программе ПИО 2014–2015

На рисунке 3.3 показано, что каждая из имеющихся отраслей представлена в структуре партнеров, заключивших договоры комплексного сотрудничества. Для проведения анализа предприятия были разделены по 14 отраслям, указанным в начале параграфа.

На диаграмме видно, что большую часть партнеров составляют предприятия, которые относятся к отрасли предоставления прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (36%), и предприятия оптовой и розничной торговли, к которым также относятся компании, занимающиеся ремонтом транспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования (26%). Обусловлено данное разделение рядом определенных факторов, которые будут рассмотрены ниже.

Большее трети предприятий партнеров принадлежит к сфере услуг, что объясняется, в первую очередь, развитием в Приморском крае в целом и во Владивостоке в частности данной сферы. Многие предприятия-партнеры этой отрасли довольно известны на территории Приморского края, например: ООО «АРК Персонал-Классик», ООО «Фарпост», ООО «Мастер Джим» и др.

Отсутствие на территории Приморского края крупных месторождений полезных ископаемых и территориальное расположение на границе с тремя азиатскими странами обязывают многие предприятия края развиваться именно в секторе предоставления услуг. Особенно характерно предоставление различного рода услуг населению и развитие гостиничного сервиса, предприятия которого в процессе разделения отраслей были отнесены в категорию предоставления прочих коммунальных, социальных и персональных услуг. Наличие огромной прибрежной линии позволяет открывать различного рода и класса туристические базы на территории побережья.

Следующая отрасль, к которой относится достаточно большая часть партнеров – это предприятия оптовой и розничной торговли, к которым также относятся предприятия, занимающиеся ремонтом транспортных средств,

бытовых изделий и предметов личного пользования. Среди предприятий этой отрасли отмечены такие крупные предприятия города и края, как ЗАО «ТТПК», ООО «В-Лазер», ООО «Империя Мебели», ОАО «Синергия» и др.

На третьем месте располагаются предприятия, которые были отнесены к категории государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение. Среди организаций данной отрасли назовем УФМС России по Приморскому краю, МУП ЗАТО Большой Камень, Администрация г. Владивостока и другие.

Среди отраслей, на которые приходится менее 10% выборки, присутствуют предприятия, занимающиеся финансовой деятельностью. Их доля составляет 8%. Среди предприятий партнеров присутствуют такие крупные игроки финансового рынка, как АО «Сбербанк», АО «Альфа-Банк», ООО «Росгосстрах» и др. Необходимо отметить, что, несмотря на небольшой удельный вес данной отрасли в общем количестве партнеров, по удельному весу студентов, принимаемых на практику предприятиями данной сферы, по числу совместных с университетом мероприятий она является одним из лидеров.

Положительный момент – наличие в списке партнеров и банков, зарегистрированных на территории Приморского края. По данным статистики, представленной на сайте Центрального Банка Российской Федерации, лишь 6 банков по состоянию на май 2015 года имеют регистрацию на территории Приморского края. Три из них являются партнерами ВГУЭС (ПАО АКБ «Приморье», ПАО СКБ Приморья «Примсоцбанк», ПАО Дальневосточный банк), это говорит о готовности региональных банков следовать тенденциям, которые задают ведущие финансовые организации страны.

Присутствие в партнерах таких ведущих организаций, как АО «Сбербанк», АО «Альфа-Банк», ООО «Росгосстрах», положительно влияет на имидж университета и способствует повышению его конкурентоспособности.

Довольно большое число отраслей представляют в выборке меньше или на уровне 5%, например:

- 1) добыча полезных ископаемых (1%);
- 2) здравоохранение и предоставление социальных услуг (2%);
- 3) обрабатывающие производства (3%);
- 4) строительство (4%);
- 5) транспорт и связь (3%);
- 6) производство и распределение электроэнергии, газа и воды (1%);
- 7) образование и наука (5%);
- 8) СМИ (2%).

Особое внимание необходимо обратить на отрасль добычи полезных ископаемых и отрасль производства и распределения электроэнергии, газа и воды. Из каждой отрасли представлено в списке партнеров по одной компании, это ООО «Приморскуголь» и ОАО «Дальневосточная энергетическая компания» соответственно.

На территории Приморского края действует значительно больше предприятий, ориентированных на добычу полезных ископаемых и на производ-

ство и распределение электроэнергии, воды и газа. Среди таких предприятий можно встретить АО «Газпром», АО «Роснефть», НПАО «Приморскнефтепродукт» и др. Необходимо усилить работу по развитию стратегического партнерства в этих сферах, поскольку партнёрские отношения с крупными компаниями указанных отраслей могут способствовать развитию деятельности университета в области науки и инноваций.

3.2. Методические подходы к оценке эффективности деятельности малого инновационного предпринимательства

Формирование и реализация инновационной стратегии малых коммерческих фирм становятся одним из решающих условий развития инновационной экономики страны. При этом динамично изменяющиеся рыночные условия требуют непрерывного совершенствования методов и способов управления малым предприятием с целью повышения эффективности их хозяйственной деятельности. В условиях жесткой конкуренции руководители малых инновационных предприятий должны быстро оценивать имеющиеся резервы и возможности, которые в будущем могут привести предприятие к стабильному и устойчивому положению на рынке. В экономической литературе работы, посвященные оценкам эффективности малого инновационного предпринимательства, можно разделить на четыре основные группы (рис. 3.4).

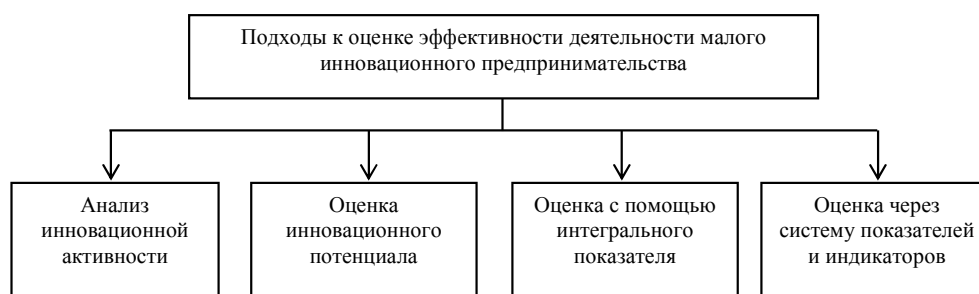


Рис. 3.4. Подходы к оценке эффективности деятельности малого инновационного предпринимательства

Представители первой группы рассматривают оценку эффективности инновационной деятельности МИП через анализ **инновационной активности**.

Так, В.П. Баранчев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин в своей работе в качестве оценки инновационной деятельности выделяют метод анализа инновационной активности предприятия, отбирая для этого следующие ключевые характеристики активности: инновационная восприимчивость, обеспеченность ресурсами, качество организации и общения [62].

В свою очередь А.Ю. Реутов [63] предлагает для анализа инновационной деятельности выделить в инновационной активности три составляющие: ресурсную, результативную и статистическую. Так, в рамках ресурсной составляющей он отмечает качественные и количественные ресурсы организации, используемые в рамках инновационной деятельности; результативную

составляющую рассматривают как итоговый эффект инновационной деятельности предприятия; в отношении статистической компоненты подчеркивает, что она призвана осветить этапы инновационного процесса в организации. Таким образом, делается вывод, что инновационная активность – это трехкомпонентная характеристика инновационной деятельности организации, связывающая используемые организацией количественные и качественные ресурсы с результатами ее инновационной деятельности, а также определяющая степень участия организации в инновационном процессе.

Следующая группа авторов проводит оценку эффективности инновационной деятельности МИП с помощью различных методов оценки **инновационного потенциала** предприятия.

В своей работе Р.А. Ахмадуллин [64] предлагает различные методы оценочных процедур инновационной деятельности предприятия, представленных на рис. 3.5.



Рис. 3.5. Методы оценочных процедур инновационной деятельности предприятия

Основной частью оценки инновационной деятельности предприятия выступает оценка инновационного потенциала.

Необходимо при оценке и анализе инновационного потенциала предприятия выявлять взаимосвязь между результатом осуществляемой инновационной деятельности и используемым инновационным потенциалом.

Некоторые ученые, изучающие количественную оценку инновационного потенциала предприятия, включают в него результат инновационной деятельности как составную его часть, что в формализованном виде можно представить следующим образом:

$$\text{Инновационный потенциал} = \text{Ресурсы} + \text{Инфраструктура} + \text{Результат}$$

С.Ф. Сайфулина [65] в диссертационном исследовании рассматривает подход к оценке инновационных возможностей предприятия, основанный на измерении инновационного потенциала как ресурсной составляющей и определении типа инновационной восприимчивости реализуемых предприятием проектов, отвечающий требованиям системности и адекватности.

Для оценки инновационных возможностей предприятия автор рассчитывает уровень инновационного потенциала предприятия как комплексный оценочный показатель, включающий нормированные значения отдельных показателей с учетом их значимости. Данный показатель рассчитывается по формуле:

$$ИП = \sum_{i=1}^I p_i \sum_{j=1}^J a_{ij} p_{ij}, \quad (3.1)$$

где $ИП$ – уровень инновационного потенциала предприятия, в долях единицы;

i – составляющая инновационного потенциала (финансово-экономическая, организационно-техническая, маркетинговая составляющие и оценка человеческого фактора), $i=1, I$;

j – показатель внутри составляющей инновационного потенциала, $j = 1, J$;

p_i – значимость составляющей инновационного потенциала i , $\sum p_i = 1$, в долях единицы;

p_{ij} – значимость показателя j в составляющей инновационного потенциала i , $\sum p_{ij} = 1$, в долях единицы;

a_{ij} – нормированное (по шкале 0;1) значение показателя j в составляющей инновационного потенциала i , в долях единицы.

От уровня инновационного потенциала зависит интенсивность проведения инновационных преобразований на предприятии, а следовательно, и выбор приоритетных направлений развития.

Р.Р. Вьюнова [66] в работе предлагает четыре подхода для оценки инновационного потенциала предприятия (рис. 3.6).



Рис. 3.6. Подходы для оценки инновационного потенциала предприятия

На основе ресурсного подхода производится оценка различных компонентов (финансовых, материально-технических, трудовых, информационных и т.д.), которые имеют разное функциональное назначение. Ресурсные возможности компонентов выступают основой для формирования потенциала предприятия. При ресурсном подходе оцениваются структурные параметры, которые характеризуют (табл. 3.5):

- износ (физический и моральный), остаточную мощность;
- запас ресурсов;
- организационные средства (технологии).

Недостатком подхода является то, что на предприятии имеются ресурсы, не поддающиеся количественной характеристике. К таким ресурсам относятся трудовые. Таким образом, при помощи данного метода невозможно учесть все виды наличных ресурсов предприятия.

Таблица 3.5

Способ оценки потенциала с помощью ресурсного подхода

Формула, с помощью которой производится оценка	Обозначение
1. Потенциал роста и развития: $R(t) = \sum_i^n \sum_j^k N_{ij}(t) * \gamma_{ij}(t)$	$N_{ij}(t)$ – суммарное значение всех видов ресурсов; i – вид ресурса; j – вид используемых технологий; γ_{ij} – эффективность использования ресурсов
2. Эффективность использования ресурсов: $\gamma_{ij}(t) = \eta_{ij}(t) * \varepsilon_{ij}(t) * \lambda_{ij}(t)$	$\eta_{ij}(t)$ – коэффициент внедрения технологий ($0 \leq \eta(t) < 1$); $\varepsilon_{ij}(t)$ – качество организации труда и управления; $\varepsilon_{ij}(t) = \begin{cases} 1 - \text{есть Потребитель;} \\ 0 - \text{нет Потребителя;} \end{cases}$ $\lambda_{ij}(t)$ – коэффициент ресурсоотдачи; $\lambda_{ij}(t) > 0$
3. Нарастание потенциала происходит, если выполняется условие: $t_C < t_B < t_{II} < t_{PI} < t_{IT}$	t_C – темп роста себестоимости продукции; t_B – темп роста выручки; t_{II} – темп роста прибыли; t_{PI} – темп роста прибыли, reinvestированной в производство; t_{IT} – темп роста инновационных технологий

Результативный подход позволяет рассмотреть потенциал как способность ресурсов приносить определенные результаты (динамика выручки, прибыли, рентабельности, объемов производства) (табл. 3.6).

Таблица 3.6

Способ оценки потенциала с помощью результативного подхода

Формула, с помощью которой производится оценка	Обозначение
$R(t) = nt$	$R(t)$ – потенциал развития; nt – технико-экономические показатели деятельности предприятия

Данный подход не позволяет учитывать все имеющиеся у предприятия средства, источники, запасы и возможности, с помощью которых предприятие достигает определенных результатов, из-за влияния объективных факторов, учесть которые предприятие не может.

На основе целевого подхода потенциал понимается как способность предприятия обеспечить долговременное функционирование и достичь стратегических целей при имеющемся количестве и качестве ресурсов (т.е. способность предприятия осуществлять деятельность и достигать поставленных целей за счет применения системы наличных ресурсов).

Системный подход позволяет рассмотреть потенциал предприятия как совокупность взаимосвязанных потенциалов (производственный, инновационный, экономический) (табл. 3.7). Взаимосвязь всех компонентов приводит к синергетическому эффекту.

Таблица 3.7

Способ оценки потенциала с помощью системного подхода

Формула, с помощью которой производится оценка	Обозначение
$R(t) = f(\Pi)$	Π – производственный, экономический и инновационный потенциалы развития предприятия

Наиболее полным подходом к оценке потенциала является *системный*, так как взаимосвязь компонентов производственного, экономического и инновационного потенциала приводит к синергетическому эффекту, возникающему в результате их взаимодействия и позволяющему предприятию устойчиво развиваться.

Следующая группа авторов для оценки инновационной деятельности МИП выделяет **интегральный (единственный) показатель**.

Фишер Лейла [67] в работе рассматривает подход к оценке управления инновационным развитием организации, основанный на методике расчета общего коэффициента эффективности инновационного развития, который представлен в виде отношения результата инновационного развития к оценке системы управления и показателей инновационного потенциала.

Коэффициент эффективности инновационного развития:

$$E = \mathcal{E} / K, \quad (3.2)$$

где $\mathcal{E}$ – результаты инновационного развития, определяемые по формуле:

$$\mathcal{E} = \frac{1}{5} \sum \mathcal{E}_i, \quad (3.3)$$

где K – оценка системы управления (K_1) и показателей инновационного потенциала (K_2).

Н.В. Усманова, И.Д. Колмакова [68] в качестве интегральной оценки инновационной деятельности предприятия принимают показатель (J), который определяется следующим образом:

$$J = k_1 \cdot J_1 + k_2 \cdot J_2, \quad (3.4)$$

где k_1, k_2 – коэффициенты, учитывающие соответственно адаптивность предприятия к внешней инновационной среде и внутреннюю инновационную деятельность предприятия,

J_1, J_2 – показатели внешней и внутренней инновационной среды.

Анализ оценочных показателей позволяет провести их классификацию и структуризацию, которые характеризуют многоаспектность инновационной деятельности предприятия.

Исследователи К.Ж. Сибгатуллин, Ю.В. Храмов, С.С. Ахметзянова, И.В. Гилязутдинова [69] также выделяют единственный показатель к оценке эффективности инновационной деятельности МИП и считают, что под инновационным результатом (результативная составляющая) предполагается определять отгруженную инновационную продукцию как результат реализации имеющихся возможностей в виде нового продукта, полученного в ходе осуществления инновационной деятельности. С этой точки зрения инновационный результат зависит от инновационной активности, причем зависимость эта прямая. Степень влияния инновационной активности определяется показателем эффективности осуществления инновационной деятельности, причем можно считать, что результат инновационной деятельности является функцией фактического уровня использования текущего инновационного потенциала.

Данное утверждение, по мнению авторов, можно представить следующим образом:

$$ИРид = f(ИА; ИП; а), \quad (3.5)$$

где *ИРид* – инновационный результат,

ИА – инновационная активность,

ИП – инновационный потенциал,

а – коэффициент эффективности осуществляемой инновационной деятельности.

Из этой формулы следует, что инновационный результат есть функция от трех переменных инновационной активности, инновационного потенциала и показателя эффективности использования.

В рамках данного подхода О.Е. Кузьмина [70] выделяет систему показателей внутренних и внешних условий развития малых предприятий. К внутренним условиям она относит:

- прибыль;
- доходы;
- активы;
- собственность;
- обязательства;
- расходы;
- налоги;
- продукцию.

К внешним:

- объем внешней торговли РФ;
- денежную массу;
- ввоз/вывоз капитала частного сектора;
- цены;
- внешний долг РФ;
- доходы населения;
- инвестиции и ВВП РФ.

Идентичная типология используется и для факторов, выделяемых авторами. К таким факторам относятся:

- 1) организационно-управленческие характеристики факторов;
- 2) экономические характеристики факторов;
- 3) социальные характеристики факторов.

Следующая группа авторов для оценки инновационной деятельности МИП предлагает использовать **систему показателей и индикаторов**.

Так, А.А. Трофилова [71] считает, что методика оценки инновационной активности предприятия в основном упирается на принципы анализа финансово-экономического состояния и особенности системы деловой активности предприятия, а также на расчет коэффициентов и проведение их сравнения с установленными величинами. Данные коэффициенты представлены в табл. 3.8.

Таблица 3.8

Коэффициенты инновационного развития

Наименование показателя	Формула расчета	Обозначения	Рекомендуемые значения
Коэффициент обеспеченности интеллектуальной собственностью	$K_{ис} = C_{и} / A_{вн}$	$C_{и}$ – интеллектуальная собственность; $A_{вн}$ – внеоборотные активы	$K_{ис} \geq 0,10 - 0,15$ – разработка принципиально новых продуктов; $K_{ис} \leq 0,10 - 0,05$ – разработка улучшающих технологий
Коэффициент персонала, занятого в НИР и ОКР	$K_{пр} = П_{н} / Ч_{р}$	$П_{н}$ – число занятых в сфере НИР и ОКР; $Ч_{р}$ – средняя численность работников предприятия	$K_{пр} \geq 0,20 - 0,25$ – разработка принципиально новых продуктов; $K_{пр} \leq 0,20 - 0,15$ – разработка улучшающих технологий
Коэффициент имущества, предназначенного для НИР и ОКР	$K_{ни} = O_{оп} / O_{пн}$	$O_{оп}$ – стоимость оборудования опытно-приборного назначения; $O_{пн}$ – стоимость оборудования производственного назначения	$K_{ни} \geq 0,25 - 0,30$ – разработка принципиально новых продуктов; $K_{ни} \leq 0,25 - 0,20$ – разработка улучшающих технологий

Наименование показателя	Формула расчета	Обозначения	Рекомендуемые значения
Коэффициент освоения новой техники	$K_{от} = ОФ_n / ОФ_{ср}$	ОФ _н – стоимость вновь введенных основных фондов; ОФ _{ср} – среднегодовая стоимость основных производственных фондов предприятия	$K_{от} \geq 0,35 - 0,40$ – разработка принципиально новых продуктов; $K_{от} \leq 0,35 - 0,30$ – разработка улучшающих технологий
Коэффициент освоения новой продукции	$K_{оп} = ВР_{нп} / ВР_{об}$	ВР _{нп} – выручка от продаж новой или усовершенствованной продукции (работ, услуг) и продукции, изготовленной с использованием новых или улучшенных технологий; ВР _{об} – общая выручка от продажи всей продукции (работ, услуг)	$K_{оп} \geq 0,45 - 0,50$ – разработка принципиально новых продуктов; $K_{оп} \leq 0,45 - 0,40$ – разработка улучшающих технологий
Коэффициент инновационного роста	$K_{ир} = И_{ис} / И_{об}$	И _{ис} – стоимость научно-исследовательских и учебно-методических инвестиционных проектов; И _{об} – общая стоимость прочих инвестиционных расходов	$K_{ир} \geq 0,55 - 0,60$ – разработка принципиально новых продуктов; $K_{ир} \leq 0,55 - 0,50$ – разработка улучшающих технологий

Ю.Г. Чернышева и Л.Ю. Якивюк [72] при разработке системы показателей для оценки эффективности инноваций на малом предприятии рекомендуют учитывать:

- а) показатели, характеризующие эффективность инновации;
- б) показатели, определяющие уровень полученного дохода;
- в) показатели, оценивающие объективные условия, способствующие или препятствующие внедрению результатов прогнозируемых исследований.

В связи с этим учеными были выделены следующие критерии оценки инновационной деятельности применительно к малому предприятию:

- влияние инноваций на рост доходов компании;
- удовлетворенность клиентов (партнеров);
- объем доходов от освоения новых продуктов;
- уровень инновационной активности коллектива;
- динамика прибыли и рентабельности.

На основании выделенных критериев была предложена следующая система показателей:

1. *Коэффициент рентабельности инноваций ($R_{ин}$)*. Формула расчета $R_{ин}$ выглядит следующим образом:

$$R_{ин} = D_{ин} / Z_{ин}, \quad (3.6)$$

где $D_{ин}$ – дополнительный доход, который получила организация от реализации нового продукта;

$Z_{ин}$ – общая сумма затрат на инновации.

2. *Доля прибыли от реализации новых продуктов в общем объеме прибыли от продаж ($D_{ин.приб.}$)*, которая рассчитывается:

$$D_{ин.приб.} = P_{н} / П, \quad (3.7)$$

где $P_{н}$ – прибыль от реализации новых продуктов;

$П$ – прибыль от продаж.

3. *Изменение рыночной стоимости компании (ΔPC)*:

$$\Delta PC = PC_1 - PC_0, \quad (3.8)$$

где $PC_{0,1}$ – рыночная стоимость организации до и после внедрения инноваций.

4. *Количество новых продуктов, которые компания вывела на рынок за последние N лет.*

Этот показатель позволяет сравнить достигнутые результаты конкретной организации с результатами конкурентов, а также с собственными показателями прошлых периодов.

5. *Количество инновационных идей, выдвинутых сотрудниками организации в течение последних N месяцев.*

Сравнительный анализ этого показателя позволяет оценить динамику «инновационного настроения» в организации.

6. *Доля реализованных инновационных идей ($D_{и}$)*:

$$D_{и} = P_{и} / V_{и}, \quad (3.9)$$

где $P_{и}$ – количество реализованных инновационных идей;

$V_{и}$ – общее количество выдвинутых инновационных идей.

7. *Коэффициент позиционирования организации в глазах клиентов ($K_{ин}$)*:

$$K_{ин} = K_{и} / K, \quad (3.10)$$

где $K_{и}$ – количество клиентов (партнеров), считающих данную организацию инновационной;

K – общее количество клиентов (партнеров).

Этот показатель позволяет оценить инновационные ожидания клиентов (партнеров) в отношении исследуемой организации.

8. *Инновационный индекс* – это комплексный показатель, характеризующий в целом способность организации к инновационной активности. Таким комплексным показателем, например, может быть коэффициент, разработанный компанией Dow Corning, мировым производителем продуктов промышленного назначения на кремниевой основе. Этот коэффициент включает количество выдвинутых новаторских идей, процент вовлеченности персонала

в инновационный процесс, рост продаж компании в результате инновационной активности и количество полученных организацией патентов. Максимальное значение индекса равняется 100 единицам.

Использование предложенной системы показателей позволит руководителям или собственникам малого предприятия самостоятельно оценивать уровень эффективности инноваций конкретной организации, что будет способствовать повышению уровня инновационной активности малых предприятий.

В свою очередь А.А. Сычева [73] рассматривает развитие инновационного потенциала организации через развитие всех ее подразделений, а также всех элементов производственно-хозяйственной системы. Поэтому для оценки инновационного потенциала необходим тщательный анализ внутренней среды организации. Анализируя систему финансовой отчетности, можно констатировать, что на сегодняшний день большинство предприятий пользуются так называемым «котловым методом», в основе которого лежит система учета затрат и показателей результативности в целом по предприятию (табл. 3.9).

Таблица 3.9

Структура системы показателей при «котловом методе»

Уровень управления	Показатель
Предприятие в целом	– доход от всех видов деятельности; – оборачиваемость активов; – рентабельность капитала; – рентабельность производственной деятельности; – коэффициент абсолютной ликвидности; – прибыль по предприятию; – затраты на НИОКР
Функциональные подразделения	– объемы выполненных работ (в стоимостном выражении); – затраты по подразделению; – прибыль по подразделению; – стоимость нормо-часа
Направления деятельности	– доход по виду деятельности; – затраты по виду деятельности; – прибыль по виду деятельности; – рентабельность по виду деятельности; – оборачиваемость активов

При разработке модели комплексной системы оценки инновационной деятельности предприятия в состав компонентов, отражающих экономическую эффективность, целесообразно включить следующие критерии оценки (назначить для них соответствующие показатели):

– оценку рыночных перспектив нового продукта (показатели: количество потенциальных потребителей, потенциальная емкость рынка (в натуральном

и стоимостном выражениях); планируемая цена, планируемый объем продаж новинки; затраты на организацию системы дистрибуции);

– технологические, юридические, экономические и иные барьеры выхода на рынок с новым продуктом для предприятия (показатели: размер патентных пошлин и услуг патентных поверенных, затраты на проведение ОКР, приобретение производственного оборудования, пусконаладочные работы, обучение персонала);

– оценку влияния нововведения на капитализацию предприятия (показатели: изменение стоимости создаваемых нематериальных активов, изменение производительности труда, выручка и прибыль от продаж нового продукта).

При разработке системы оценки эффективности инновационной деятельности предприятия в качестве показателя, отражающего эффективность инновационной деятельности, предлагается использовать комплексный инновационный показатель $K_{ин}$ с весовыми коэффициентами β_i , выражаемыми в десятичных долях для каждого отдельного процессного показателя. Необходимо предусмотреть, что значения отдельных весовых коэффициентов β_i могут корректироваться экспертно в зависимости от фазы развития рынка либо фазы зрелости организации. При этом принимаем, что $\sum \beta_i = 1$.

Основными процессными показателями при расчете обобщенного инновационного показателя принимаем:

1) $K_{НИОКР}$ – коэффициент, отражающий затраты на НИОКР:

$$K_{НИОКР} = Z_{НИОКР} / Z_{предпр}, \quad (3.11)$$

где $Z_{НИОКР}$ – затраты предприятия на НИОКР;

$Z_{предпр}$ – общие затраты предприятия;

2) $K_{По}$ – коэффициент, отражающий затраты по разработке и защите нематериальных активов:

$$K_{По} = Z_{По} / Z_{предпр}, \quad (3.12)$$

где $Z_{По}$ – затраты по разработке и защите нематериальных активов.

В настоящее время патентная активность должна предшествовать инновационной деятельности, так как конкурентная борьба все больше приобретает форму патентных войн и перемещается в правовое поле, что, в свою очередь, требует отвлечения сил от основной деятельности и существенных материальных издержек, а также несет риски закрытия инновационного направления.

Чтобы избежать этого, предприятию следует предусмотреть затраты на правовую охрану новых технологий, размер которых можно рассчитать по формуле:

$$Z_{По} = \Pi_{И} + \Pi_{ТМ} + Y_{ПП} \left[\sum_t^T = 0 \frac{\Pi_{т}}{(1+E)^t} \right], \quad (3.13)$$

где $Z_{По}$ – совокупные затраты по охране нематериальных активов, руб.;

$\Pi_{И}$ – патентные пошлины (за подачу заявки, экспертизу и выдачу патента, свидетельства, в том числе международных), руб.;

Π_{TM} – пошлины за регистрацию товарных знаков, наименований мест происхождения товара, руб.;

$У_{ПП}$ – услуги патентных поверенных, в том числе иностранных, руб.;

Π_{pt} – ежегодные пошлины за поддержание патента в силе, руб.;

E – норма прибыли на вложенный капитал, доля ед.;

T – горизонт расчета (жизненный цикл объекта интеллектуальной собственности), лет.

Для оценки рыночного потенциала инновационного продукта автор ввел коэффициент продаж инновационного продукта K_V :

$$K_V = V_{in}/V_{предпр}, \quad (3.14)$$

где V_{in} – объем продаж инновационных продуктов, новых для предприятия;

$V_{предпр}$ – общий объем продаж предприятия.

Учитывая, что продукт может являться новым не только для предприятия, но и для рынка, введем коэффициент, учитывающий данную особенность K_m :

$$K_m = V_m/V_{предпр}, \quad (3.15)$$

где V_m – объем продаж инновационных продуктов, новых для рынка. Далее необходимо учесть, что при внедрении инноваций предприятие будет вынуждено нести дополнительные затраты по каждой из основных функциональных зон.

Каждый вид дополнительных затрат более подробно рассмотрены в табл. 3.10.

Коэффициент дополнительных затрат $K_{\Delta 3}$ определим по формуле:

$$K_{\Delta 3} = (\Delta Z_{окр} \pm Z_{см} + Z_{об} \pm Z_{сб} \pm Z_{перс})/V_{предпр}. \quad (3.16)$$

Обобщенный инновационный показатель $K_{ин}$ находим по формуле:

$$K_{ин} = K_{НИОКР} \beta_1 + K_{По} \beta_2 + K_V \beta_3 + K_m \beta_4 + K_{\Delta 3} \beta_5. \quad (3.17)$$

Таким образом, за счет комплексного подхода предложенный метод оценки эффективности позволяет с высокой долей достоверности определить, насколько целесообразным в итоге будет внедрение нового продукта либо применение инновационной технологии как для всего предприятия в целом, так и для каждой функциональной зоны в отдельности.

А.П. Плотников [74] в своей статье предлагает обобщающие индикаторы, отражающие отношение тех или иных результатов инновационной деятельности к затратам в динамике (табл. 3.11).

Таким образом, в настоящее время вопрос оценки эффективности деятельности малого инновационного предпринимательства остается дискуссионным. При этом можно предположить, что подход к оценке эффективности инновационного предпринимательства должен базироваться на оценке и анализе динамики инновационного потенциала предприятия при обязательном условии, что динамика инновационного потенциала не только будет рассматриваться с позиции количественного содержания, но и характеризоваться с позиции развития его свойств, таких, как инновационная восприимчивость, инновационная компетентность, инновационная активность.

Виды дополнительных затрат

Вид дополни- тельных затрат	Формула расчета	Обозначения
Инженерно- конструктор- ские затраты	$\Delta Z_{окр} = Z_{окр.ип} - Z_{окр.пред}$	$Z_{окр.ип}$ – общая сметная стоимость инженерно-конструкторских работ по внедрению инноваций в массовое производство, руб.; $Z_{окр.пред}$ – часть объема работ по сметной стоимо-сти, которая может быть выполнена силами пред-приятия, руб.
Материальные затраты	$\Delta Z_{см} = Z_{см.ип} - Z_{см.пред}$	$\Delta Z_{см}$ – размер дополнительных материальных затрат предприятия в связи с реализацией ново-введения, руб.; $Z_{см.ип}$ – материальные затраты предприятия на производство новой или улучшенной продукции по инновационному проекту в целом, руб.; $Z_{см.пред}$ – экономически целесообразные собствен-ные затраты предприятия на производство про-дукции, руб.
Технологиче- ские затраты	$\Delta Z_{об} = C_{об.ип} - C_{об.пред} + Z_{кап}$	$\Delta Z_{об}$ – затраты, связанные с приобретением обо-рудования, необходимого по проекту, руб.; $C_{об.ип}$ – стоимость производственного оборудова-ния, необходимого по инновационному проекту в целом, руб.; $C_{об.пред}$ – стоимость производственного оборудо-вания предприятия, которое может быть исполь-зовано при реализации проекта, руб.; $Z_{кап}$ – размер капитальных затрат, связанных с подготовкой производственных помещений к внедрению новых или дополнительных единиц оборудования, руб.
Затраты на маркетинг	$\Delta Z_{сб} = Z_{сб.ип} - Z_{сб.пред}$	$\Delta Z_{сб}$ – размер дополнительных сбытовых затрат, необходимых для расширения системы сбыта при внедрении новой или усовершенствованной про-дукции, руб.; $Z_{сб.ип}$ – сбытовые затраты предприятия после реа-лизации проекта, руб.; $Z_{сб.пред}$ – то же до реализации проекта, руб.
Затраты по управлению персоналом	$\Delta Z_{перс} = (Z_{перс.ип} - Z_{перс.пред}) * O_{перс}$	$\Delta Z_{перс}$ – размер дополнительных затрат на подго-товку кадров для организации производства и сбыта новой продукции, руб.; $Z_{перс.ип}$, $Z_{перс.пред}$ – персонал, требуемый и имею-щийся на предприятии для реализации иннова-ции соответственно, чел.; $O_{перс}$ – затраты на обучение персонала, руб.

Таблица 3.11

Индикаторы, характеризующие динамику инновационного развития

Наименование показателя	Формула расчета	Обозначения	Рекомендуемые значения
Показатель темпа инновационной восприимчивости	$T_{инт} = (T_{пт} \cdot T_{нмо} \cdot T_{фо}) / (T_{фзи} \cdot T_{нма} \cdot T_{оф}) \cdot 100\%$	$T_{пт}$ – темп изменения производительности труда работников, занятых инновационной деятельностью, $T_{нмо}$ – темп изменения отдачи нематериальных активов, используемых в инновационной деятельности организации, $T_{фо}$ – темп изменения фондоотдачи основных средств, занятых в инновационной деятельности, $T_{фзи}$ – темп изменения расходов на оплату труда работников, занятых инновационной деятельностью, $T_{нма}$ – темп изменения среднегодовой стоимости нематериальных активов, используемых в инновационной деятельности организаций, $T_{оф}$ – темп изменения среднегодовой стоимости основных средств, занятых в инновационной деятельности	$T_{инт} > 100\%$
Показатель темпа инновационного роста организации	$T_{ур} = \sqrt[5]{T_{пт} \cdot T_{нмо} \cdot T_{фо} \cdot T_{зо} \cdot T_{ур}}$	$T_{пт}$ – темп изменения производительности труда работников, занятых инновационной деятельностью, $T_{нмо}$ – темп изменения отдачи нематериальных активов, используемых в инновационной деятельности организации, $T_{фо}$ – темп изменения фондоотдачи основных фондов, занятых в инновационной деятельности, $T_{зо}$ – темп изменения затратноотдачи инновационной деятельности, $T_{ур}$ – темп изменения уровня рентабельности инновационной деятельности	$T_{ур} > 100\%$
Коэффициент устойчивости инновационного развития	$K_{уир} = T_{пт} \cdot T_{нмо} \cdot T_{фо} \cdot T_{ур} / T_{пт1} \cdot T_{нмо1} \cdot T_{фо1} \cdot T_{ур1}$	$T_{пт1}, T_{нмо1}, T_{фо1}, T_{ур1}$ – темпы изменения соответственно производительности труда, отдачи нематериальных активов, фондоотдачи, рентабельности продукции по организации в целом	$K_{уир} > 1$ – инновационное развитие считается устойчивым

Использование данного подхода позволит в свою очередь предложить перспективные меры, необходимые для повышения эффективности развития инновационного предпринимательства как на региональном, так и на государственном уровне.

3.3. Направления повышения эффективности деятельности малого инновационного предпринимательства: российский и зарубежный опыт

В настоящее время эффективное развитие инновационного предпринимательства возможно при условии повышения внимания со стороны общества и государства. Государство играет ключевую роль в развитии и сохранении научного потенциала страны. Для исполнения данной роли необходимо использовать ключевые направления регулирования в этой области:

- ресурсное обеспечение инновационных процессов; генерация знаний в госсекторе науки);
- всемерное использование РИД;
- формирование благоприятной среды для научной деятельности;
- усиленная координация элементов НИС [75].

Основой развития инновационной сферы в России служат: научно-исследовательский комплекс, обеспечивающий деятельность в сфере исследований и разработок и подготовку кадров; организации фундаментальной науки, имеющие школы международного уровня; ключевые прикладные разработки и развитый потенциал промышленности; кадры высшей квалификации инженерных и научных работников и прочих специалистов, которые обеспечивают развитие исследовательской инфраструктуры; опыт концентрирования усилий на решение сложных научно-технических и технологических проблем; богатые природные ресурсы, развитая коммуникационная инфраструктура [76].

Можно выделить общие и специфические направления поддержки инновационного предпринимательства. К общим относятся механизмы поддержки, применяемые как на территории России, так и в ДВФО на все предпринимательские структуры, вне зависимости от направления их деятельности (табл. 3.12).

Специфические направления поддержки развития инновационных предприятий включают меры, реализуемые Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, который является государственной некоммерческой организацией, образованной в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 3 февраля 1994 г. № 65.

С целью поддержки развития малых инновационных предпринимательских структур на региональном уровне необходимо формирование финансового механизма. Для развития сферы инноваций важно наличие «посевного» капитала, стартапов и венчурного капитала, которые в комплексном использовании могут обеспечить полный инновационный цикл (от появления идеи до выхода на рынок) (рис. 3.7).

Таблица 3.12

Основные механизмы поддержки малого и среднего предпринимательства

Основные механизмы поддержки	Описание	Цель
Финансовая поддержка	– гранты начинающим (приоритет – безработные, уволенные, в запасе); – субсидии государственным микрофинансовым организациям и региональным гарантийным фондам	– повышение уровня предпринимательской активности; – обеспечение доступа субъектов МСП к финансовым ресурсам посредством предоставления микрозаймов; – обеспечение доступа субъектов МСП к кредитным финансовым ресурсам путем предоставления поручительств по обязательствам субъектов МСП
Модернизация	– субсидирование % ставок по кредитам; – субсидирование приобретения нового оборудования; – субсидирование лизинговых договоров	– обновление и расширение парка производственного оборудования
Инновационная инфраструктура	– центры кластерного развития; – региональные центры инжиниринга; – центры прототипирования	– получение новых высокотехнологичных товаров и услуг; – создание конкурентоспособной экономики; – расширение инфраструктуры
Социальные инициативы: социальное предпринимательство и центры социальных инноваций	– субсидии социальным предпринимателям; – центры инноваций социальной сферы	– поддержка социальных инициатив предпринимателей; – социальное обслуживание граждан, культурно-просветительская деятельность, образование, социальные услуги; – консультационная и правовая поддержка по правам и льготам для субъектов социального предпринимательства, по вопросам бух. учета, подготовка финансовой отчетности
Специальная инфраструктура	– бизнес-инкубаторы; – технопарки; – промпарки	– обеспечение доступа субъектов МСП к оборудованным офисным и производственным помещениям на льготных условиях

Инновации для малых и средних предпринимательских структур выступают в качестве основы достижения их конкурентоспособности и обеспечения долгосрочного экономического роста. В то же время повышение эффективности деятельности МСП выступает как один из важнейших факторов, обеспечивающих устойчивые темпы роста экономики страны в целом, поэтому необходимо достижение оптимального взаимодействия государства и предпринимательства при осуществлении инновационного процесса.

совершенствование законодательной и нормативно-правовой базы	•реформирование законодательства по защите интеллектуальной собственности и регулированию государственно-частного партнерства
экономическое стимулирование	•разработка системы налоговых льгот при реализации инновационных проектов, создание механизмов страхования финансовых рисков корпорации, развитие венчурного финансирования •развитие механизма венчурного финансирования, который позволит МСП получить финансовые ресурсы без залога
использование кредитных инструментов	•обеспечение доступности кредитов за счет снижения процентных ставок по кредитам, выдаваемым под инновационные проекты, наращивание объемов долгосрочных кредитов, облегчение процедур привлечения кредитных средств
государственная поддержка малых инновационных предприятий	•введение дифференцированных льгот (по арендной плате, налогам), уменьшение ставок и увеличение срока банковского кредитования •финансирование из региональных и федерального бюджетов, государственный заказ на инновационную продукцию
расширение инфраструктуры по внедрению инноваций	•создание сетей бизнес-инкубаторов, технополисов, технопарков, а также развитие сетей консалтинговых центров для МСП

Рис. 3.7. Меры по активизации направлений развития малого и среднего инновационного предпринимательства в РФ

В развитых странах развитие инновационного предпринимательства, в частности малого и среднего, во многом обусловлено комплексными механизмами государственной поддержки. Стимулирование инновационной деятельности предполагает содействие в осуществлении исследований и разработок; поддержку в области внедрения результатов исследований и научно-технологических достижений, стимулирование кооперации экономических субъектов – участников инновационного процесса.

Одним из популярных направлений являются разнообразные *программы технологической и финансовой поддержки*. Данное направление связано с такими механизмами поддержки малого бизнеса, как прямое финансирование (займы, субсидии) инновационных МСП, целевые дотации на исследования и разработки, фонды по внедрению инноваций, упрощение налогообложения, государственное программирование снижения рисков и возмещения убытков, правовое обеспечение защиты интеллектуальной собственности и пр.

Данные меры были предусмотрены, например, принятым еще в 1982 г. (с изм. от 1992 г.) в США Законом «О развитии инновационной деятельности малого бизнеса». В числе наиболее эффективных национальных программ,

разработанных в рамках этого Закона, можно назвать Программы инновационных исследований в малом и среднем предпринимательстве (англ. – Small Business Innovation Research Program – SBIR), а также распространения технологий в МСП (англ. – Small Business Technology Transfer Program – STTR). Данные программы координируются Администрацией малого бизнеса США и на конкурсной основе обеспечивают финансирование исследований и разработок из бюджета [77].

Среди других программ в США следует назвать «Исследование результативности исследований и разработок малого бизнеса», а также «Инвестиционная компания малого бизнеса» (англ. – Small Business Investment Company – SBIC), в рамках которой МСП обеспечиваются инвестиционным и рисковым капиталом на этапе старта и роста на основе гарантийных обязательств Администрации малого бизнеса [78].

В США также широко применяются и другие специализированные отраслевые программы поддержки инновационных МСП, например, программа «Кредитование контроля загрязнения среды» (англ. – Pollution Control Loan), «Оборонные кредиты и техническая помощь» (англ. – Defense Loan & Technical Assistance – DELTA), «Кредитование энергосбережения» (англ. – Energy and Conservation Loan).

Эффективные программы по применению новейших технологий были разработаны в Великобритании, где Служба малого бизнеса предусматривает информационно-консультативную, финансовую, правовую и техническую поддержку инновационных МСП на основе грантов в размере до 10 тыс. фунтов на выявление и оценку лучших технологий, возможностей этих технологий в создании инновационной продукции. Для целей поиска и использования сложных технологий выделяются льготные кредиты и субсидии [5].

Важной проблемой развития инновационного предпринимательства является разработка эффективных инструментов защиты ИС, поскольку многие предприятия МСП, которые выпускают сложную в техническом плане продукцию, не в состоянии самостоятельно оплатить сертификацию. В этой связи в Японии по образцу США были предприняты организационные и законодательные меры, обеспечивающие совершенствование системы регистрации прав ИС, её распространения и защиты. В Японии разработчиком стратегии развития инновационной деятельности МСП выступает Министерство экономики, торговли и промышленности, которое в результате длительной стагнации экономики пересмотрело приоритеты развития и приняло ряд мер в части оздоровления сектора МСП. Особенно это коснулось предприятий, действующих в сфере высокотехнологичных и наукоемких производств. Для совершенствования инфраструктурного обеспечения защиты прав интеллектуальной собственности и более полного соответствия международным стандартам в этой области были существенно пересмотрены законы о товарных знаках, патентовании, патентной прокуратуре. Для наиболее успешных инновационных предпринимателей была сформирована инфраструктура поддержки, включающая систему страхования от непредвиденных ситуаций.

Помимо создания специальных структур по поддержке венчурного капитала и инновационной деятельности в стране предприняты меры по созданию кредитных организаций по целевому финансированию наиболее перспективных исследований и инновационных компаний. В рамках законодательных актов «О мерах поддержки активной созидательной деятельности в секторе МСП» (англ. – The Temporary Law concerning Measures for the Promotion of the Creative Business Activities of Small and Medium Enterprises) и «О поддержке инновационной деятельности в МСП» были предусмотрены налоговые послабления, льготные кредиты и субсидии для наукоемких стартапов.

В Южной Корее государственная поддержка и развитие МСП предусматривают реализацию 8 программ технической поддержки и 35 – в области финансовой помощи. Они касаются строительства объектов недвижимости, обучения, зарубежных стажировок специалистов, организации выставок, сертификации производств и продукции по международным требованиям, посредничества в переговорах, развития международной кооперации, представительства на мировых рынках. На уровне правительства специализированным агентством, реализующим инфраструктурное обеспечение инновационных МСП, является Корпорация малого и среднего бизнеса (SBC, Small & Medium Business Corporation). Она предоставляет среднесрочные (до 5 лет) кредиты для коммерциализации исследований и разработок, при этом величина кредита может быть увеличена, что зависит от перспективности той или иной инновационной разработки для рынка [79].

Широко продвинулся в реализации программ финансовой и технологической поддержки инновационных МСП Китай, в котором еще в 1982 г. была утверждена программа социально-экономических инноваций на базе организации научных парков. На сегодняшний день в Китае технопарки получили свое развитие повсеместно, в них занято свыше 16 тыс. компаний, связанных с внедренческой и исследовательской деятельностью. Технопарки фактически организационно и территориально корреспондируются со специальными экономическими зонами, и это позволяет достаточно эффективно принимать участие в международном обмене технологиями [81].

Значимую роль для развития инновационного предпринимательства в Китае играет делегирование функций управления научно-техническим развитием от государственных структур в сферу полномочий частных технологических и научных специализированных агентств. Для этого Министерство науки и технологий с 2003 г. формирует специальную сеть посреднических агентств, организованных на базе некоторых НИИ. Эти агентства отвечают за разработку и организационное обеспечение инновационных проектов и научно-технических программ. В настоящее время в Китае создано порядка 6 млн посреднических научно-технических организаций с общей численностью занятых в 110 млн чел. В 2009 г. Правительство страны утвердило статус инновационного предприятия, который был присвоен девятиста предприятиям с собственным брендом, обладающим высоким уровнем конкурентоспособности на мировом рынке.

Второй большой группой мер поддержки инновационного предпринимательства за рубежом является их информационная и консультационная поддержка. В Великобритании малым предприятиям предоставляется широкий ассортимент консультативных услуг. С 1995–1996 г. предоставление информационных услуг передано в ведение сети «Деловые связи» (англ. – BL – Business Link). Эта сеть представляет единый трехуровневый информационный центр: работает бесплатная консультативная служба, сеть консультационных центров, оказываются специальные услуги малым предприятиям.

В Японии специализированные Венчурные центры поддержки предпринимательства (ВЦПП) ведут лекции и практические занятия по многим темам (новые технологии, инновационная деятельность, методы управления, рынок ценных бумаг, венчурный бизнес и др.), а также предоставляют технопаркам и инкубаторам бизнеса консультантов по ведению бизнеса, расширению сетей продаж, в области защиты авторских прав. Одновременно ВЦПП занимаются сбором сведений об успешных предпринимателях, эффективных методах бизнеса, инновациях и успешном опыте применения нововведений для дальнейшего распространения этого прогрессивного опыта.

Рыночные исследования в Канаде осуществляются в Центре рыночных исследований (англ. – MRC – Market Research Centre), Объединении торговых секторов (англ. – TTCS – Trade Team Canada Sectors), Центре международных бизнес-возможностей (англ. – IBOC – International Business Opportunities Centre), Справочной службе Министерства иностранных дел и внешней торговли и т.д. Например, в TTCS объединены Правительство и индустрия для координации и развития национальной торговли в основных областях (информационные и телекоммуникационные технологии, здравоохранение, экология, энергетика, строительство, биотехнологии, агропромышленный комплекс и др.). В TTCS планируются и осуществляются мероприятия по рекламе в торговле, организуются ярмарки и торговые миссии, оказывается помощь в установлении контактов, предоставляется информация о целевых рынках. Основным элементом данной системы служит электронная система MERX, действующая с целью распространения информации.

В Южной Корее начиная с 2008 г. проблемами инновационного развития ведают два министерства – Министерство экономики знаний и Министерство образования, науки и технологий, которые предоставляют консультации для инновационных предпринимательских структур с полным информированием их по приоритетным направлениям развития. В Индии создана специальная Сеть информационных ресурсов малого предпринимательства (англ. – Small Enterprise Information & Resources Network – SENET), которая является частью международной информационной службы малых и средних предприятий (англ. – INSME).

Содействие повышению инновационной активности субъектов малого и среднего предпринимательства кроме формирования благоприятной среды его функционирования заключается в содействии проведению исследований,

разработке новшеств и успешной коммерциализации результатов исследований и разработок.

В целом с учетом проанализированного зарубежного опыта, возможности государства по поддержке малых и средних инновационных предприятий могут быть представлены по двум направлениям: финансово-технологическому и информационно-консультационному (табл. 3.13).

Таблица 3.13

Направления государственной поддержки малого инновационного предпринимательства в зарубежных странах

Направление	Содержание	Применяемые инструменты
Финансово-технологическое	Развитие наиболее прогрессивных институтов финансовой, имущественной и технологической поддержки малого предпринимательства	Кредитование инновационных МСП, возмещение текущих производственных расходов, содействие вложениям в нематериальные активы (программы освоения наукоемкой и высокотехнологичной продукции, подготовки кадров), предоставление технологических баз для осуществления исследований и госгарантий участия в тендерах, помощь в патентовании разработок и защите авторского права, адресное льготное налогообложение
Информационно-консультационное	Оказание услуг по информационной помощи малому и среднему бизнесу	Создание информационных служб, оказывающих консультации малому бизнесу по аспектам осуществления инновационной деятельности, создание массивов баз данных по законченным исследованиям, направлениям, партнерам, программам поддержки

Особое значение приобретает то, что реализация государственных мер поддержки, предоставление различных услуг не должны ущемлять интересы частного рынка. Во многих странах правительства сфокусированы лишь на мероприятиях, выступающих общественным благом, в то же время повышая заинтересованность со стороны частного сектора. В развитых странах при этом часто предпочитают «мягкие» формы поддержки, опираясь на предоставление информации и консультирование бизнеса, а развивающиеся страны больше оказывают финансово-технологическую помощь.

Исходя из вышеизложенного, в настоящее время необходима грамотная государственная инновационная политика, которая должна, во-первых, обеспечивать создание принципиально новой техники, обеспечивающей статус нашей страны в качестве технологической державы; во-вторых, сохранять инновационный потенциал научных структур, занимающихся приоритетными направлениями научно-технического производства; в-третьих, содействовать развитию рыночных отношений в инновационной сфере на основе формирования конкурентной среды и развития малых и средних инновационных предприятий.

Таким образом, на основе проведенных исследований можно сделать вывод, что малое инновационное предпринимательство должно сыграть важную роль как в развитии самих университетов, так и региона через:

1) вовлечение в хозяйственный оборот интеллектуальной собственности университета, что, в свою очередь, создает возможности для увеличения доходов как самого вуза, так и авторов изобретений;

2) создание положительного имиджа для университета, который привлекает наиболее талантливую молодежь и формирует интерес потенциальных спонсоров и инвесторов;

3) обеспечение учебных и рабочих мест для студентов, аспирантов и выпускников университета, а также возможности для формирования их профессиональных компетенций;

4) привлечение реальных заказчиков НИОКР, формирование их рыночной ориентации с предоставлением возможности прогнозировать будущие направления НИОКР;

5) формирование дополнительного дохода, который можно использовать как на развитие новых инновационных проектов, так и на другие направления деятельности вуза.

Именно малые инновационные предприятия в настоящее время являются одной из ведущих институциональных форм коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности вузов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Высокий уровень конкуренции в сфере образовательных услуг и вызовы, предъявляемые системе высшего образования извне, не позволяют университетам стоять на месте, требуют постоянного динамичного развития. В этой связи университеты вынуждены искать новые формы эффективного взаимодействия с бизнес-сообществом, устанавливая партнерские отношения.

В современных рыночных условиях университеты должны выступать как хозяйствующие субъекты. Ужесточение конкуренции, государственное регулирование сферы образования и другие процессы, протекающие в обществе, оказывают значительное влияние на условия деятельности российских вузов. Вследствие этих изменений появляется несоответствие между требованиями и потребностями субъектов внешней среды и способностью вуза их удовлетворять. Для решения данной проблемы в последнее время активное развитие получил институт стратегического партнерства университетов. Наравне с уже известными формами нарастает сотрудничество с бизнес-средой в сфере инноваций через создание малых инновационных предприятий.

В мае 2011 г. в г. Санкт-Петербурге состоялся V Международный форум «От науки к бизнесу. Современные подходы взаимодействия вузов с наукоемким бизнесом». К участию в пленарном заседании и круглых столах были приглашены представители органов власти, научно-образовательного и бизнес-сообщества России и зарубежных стран. С малыми инновационными предприятиями также связаны показатели Национального рейтинга университетов. Несмотря на то, что это относительно новое направление, оно уже доказало свою эффективность.

Малое инновационное предпринимательство должно сыграть важную роль как в развитии самих университетов, так и региона через:

- 1) вовлечение в хозяйственный оборот интеллектуальной собственности университета, что, в свою очередь, создает возможности для увеличения доходов как самого вуза, так и авторов изобретений;
- 2) создание положительного имиджа для университета, который привлекает наиболее талантливую молодежь и формирует интерес потенциальных спонсоров и инвесторов;
- 3) обеспечение учебных и рабочих мест для студентов, аспирантов и выпускников университета, а также возможности для формирования их профессиональных компетенций;

4) привлечение реальных заказчиков НИОКР, формирование их рыночной ориентации с предоставлением возможности прогнозировать будущие направления НИОКР;

5) формирование дополнительного дохода, который можно использовать как на развитие новых инновационных проектов, так и на другие направления деятельности вуза.

Именно малые инновационные предприятия в настоящее время являются одной из ведущих институциональных форм коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности вузов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Грицюк, М. Лучшим вузам России выделили 10 млрд рублей / М. Грицюк. URL: <http://www.rg.ru/2015/05/26/vuzi-site.html> (дата обращения 09.07.2016).
2. Об образовании в Российской Федерации: федер. закон РФ №273-ФЗ от 29.12.2012 г., статья 15. URL: <http://www.rg.ru/2012/12/30/obrazovanie-dok.html> (дата обращения 09.07.2015).
3. Батурина, О.А. Стратегическое партнерство университетов с бизнес-средой: баланс взаимных интересов / О.А. Батурина, Н.Н. Масюк, М.А. Бушуева // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №12 (ч.4) (53-4). – С. 824–830.
4. Матвеев, В.В. Реформа высшего образования в России и перспективы трудоустройства молодых специалистов / В.В. Матвеев // Вестник Удмуртского университета. – 2014. – №2. – С. 43–52.
5. Батурина, О.А. Российская практика оценки эффективности взаимодействия бизнеса и власти в форме государственно-частного партнерства / О.А. Батурина, Н.Н. Масюк, Ю.В. Мокшина // Наука и бизнес: пути развития. – 2013. – №12 (30). – С. 67–70.
6. Официальный сайт Национального рейтинга университетов. URL: <http://univer-rating.ru/>.
7. Официальный сайт Times Higher Education World Universities Rankings. URL: <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings>.
8. Официальный сайт Академического рейтинга университетов. URL: shanghairanking.com/ru/.
9. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга эффективности образовательных организаций высшего образования. URL: <http://indicators.miccedu.ru/monitoring>.
10. Варкулевич, Т.В. Формирование инвестиционной политики государственного вуза как основной фактор его инвестиционной привлекательности / Т.В. Варкулевич // Актуальные вопросы экономических наук: сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. / под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: ЦРНС – Изд-во «СИБПРИНТ», 2009. – 250 с.
11. Соловьев, В.П. Стратегия управления вузом / В.П. Соловьев, В.В. Бринза // Университетское управление. – 2002. – № 2(21). – С. 15–18.
12. Бланк, И.А. Финансовая стратегия предприятия / И.А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. Вып. 9. – 720 с. – (Сер. «Библиотека финансового менеджера»).

13. Варкулевич, Т.В. Организационные основы обеспечения устойчивого развития государственного вуза в условиях реформирования системы образования / Т.В. Варкулевич, М.В. Ослопова // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 4 (27). – С. 192–195.
14. Предпринимательские университеты в инновационной экономике / под общ. ред. Ю.Б. Рубина. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2005. – 402 с.
15. Развитие образования. URL: http://www.istu.edu/ru/about/university_development_conception/causes.html
16. Боуш, Г.Д. Кластеры в экономике: научная теория, методология исследования, концепция управления: монография / Г.Д. Боуш. – Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2013. – 407 с.
17. Мильнер, Б.З. Теория организации: учебник / Б.З. Мильнер. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 863 с.
18. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под общ. ред. А.Г. Грязновой, 2004. URL: <http://www.vocable.ru/dictionary/1049/> (дата обращения 19.01.2015).
19. Фокин, Н.И. Партнёрство (аналитический обзор) / Н.И. Фокин. URL: <http://dictionary-economics.ru/art-20/> (дата обращения 15.01.2015).
20. Словарь бизнес-терминов. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/9641/> (дата обращения 21.01.2015).
21. Большой экономический словарь: 25000 терминов / под ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М.: Изд-во Институт новой экономики, 2010. – 1472 с.
22. Кузнецов, В.Н. Культура партнёрства как интегрирующий гуманитарный кластер смыслов культуры мира и безопасности / В.Н. Кузнецов. URL: <http://www.rostehnadzor76a.ru/books/kuznetsov-vn/novye-karty-budushche.html/> (дата обращения 29.01.2015).
23. Алиева, С.В. Реализация механизма стратегического партнерства в муниципальном управлении / С.В. Алиева // Государственное и муниципальное управление: ученые записки СКАГС. – 2009. – № 3. – С. 47–56.
24. Ракутина, Н.М. Стратегическое партнерство в региональном малом бизнесе / Н.М. Ракутина // Экономические и правовые аспекты регионального развития: история и современность: материалы Всерос. науч.-практ. конф., 2009. URL: <http://egpu.ru/lib/elib/Data/Content/128867578325689541/Default.aspx> (дата обращения 10.05.2015).
25. Дрокина, К.В. Особенности формирования модели стратегического партнерства на российском рынке труда / К.В. Дрокина, 2013. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-modeli-strategicheskogo-partnerstva-na-rossiyskom-rynke-truda/> (дата обращения 06.04.2015).
26. Новиков, И.А. Стратегическое партнерство как феномен международной политики (Анализ отношений Россия Евросоюз) / И.А. Новиков, 2010. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-partnerstvo-kak-fenomen-mezhdunarodnoy-politiki-analiz-otnosheniy-rossiya-evrosoyuz/> (дата обращения 12.12.2014).
27. Позняков, В.П. Деловое партнерство как одна из форм деловой активности предпринимателей / В.П. Позняков, Т.С. Вавакина. URL:

<http://www.ipras.ru/cntnt/rus/media/on-layn-bibliote/otdelnie-statii/publikacii/rossijskie4/n16poznyako.html/> (дата обращения 15.01.2015).

28. Черепанова, М.В. Стратегическое партнерство как важнейший элемент инновационной политики вуза / М.В. Черепанова, Н.В. Фадейкина. URL: http://safbd.ru/sites/default/files/sbornik2007-skibnickii_199-209_0.pdf/ (дата обращения 10.09.2015).

29. Кузнецов, И.А. Развитие форм стратегического партнерства: дис. ... канд. экон. наук / И.А. Кузнецов. – М., 2014. – 189 с. URL: [http://www.fa.ru/dep/ods/autorefs/Dissertations/Кузнецов%20И.А.%20\(19.02.2015\)%2045dc5597131c691f15a50fd60dfb875e.pdf/](http://www.fa.ru/dep/ods/autorefs/Dissertations/Кузнецов%20И.А.%20(19.02.2015)%2045dc5597131c691f15a50fd60dfb875e.pdf/) (дата обращения 20.06.2015).

30. Новый экономический и юридический словарь: 10000 терминов / ред. А.Н. Азрилиян. – М.: Институт новой экономики, 2003. – 1088 с.

31. Государственный контроль природопользования. Основные понятия, термины, определения: справ. пособие. – Екатеринбург: Полиграфист, 2004. – 244 с.

32. Экономика и право: энциклопедический словарь Габлера: пер. с нем. / под ред. А.П. Горкина, Н.Л. Тумановой, Н.Н. Шаповаловой и др. – М.: Большая Российская Энциклопедия, 1998. – 432 с.

33. Медведев, Д.А. Россия, вперед! / Д.А. Медведев. URL: <http://www.medvedev-da.ru/>

34. Энциклопедия предпринимателя / сост.: С.М. Синельников, Т.Г. Соломоник, М.Б. Биржаков, Р.В. Янборисова. – СПб.: ТОО «ОЛБИС», АО «САТИСЪ», 1994. – 592 с.

35. Об обществах с ограниченной ответственностью: федер. закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014) (ред. от 05.05.2014) // СПС «Консультант Плюс». URL: №http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_177705/

36. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 23.05.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.06.2015) // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_176249/

37. Об акционерных обществах: федер. закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ п. 1–3 ст. 7 (действующая редакция от 22.12.2014).

38. Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года утв. Межведомственной комиссией по научно-инновационной политике (протокол от 15.02.2006 № 1).

39. Беляков, Г.П. Развитие и стимулирование инновационной деятельности высших учебных заведений / Г.П. Беляков, В.Э. Кауп // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 4 (44). – С. 397–400.

40. Богачева, Д.В. Стратегия развития малого инновационного предпринимательства как объекта государственного управления: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Д.В. Богачева. – СПб., 2006. – 20 с.

41. Мазур, Е. Инновационное предпринимательство в структуре малого бизнеса в Украине / Е. Мазур // Экономика Украины. – 2005. – № 3. – С. 36–41.

42. Сафронов, М.В. Малые инновационные предприятия: Формирование понятийного аппарата / М.В. Сафронов, Ю.А. Анищенко // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. Социально-экономические и гуманитарные науки. – 2012. – №8, Т. 2. – С. 66–67.
43. Шкуратов, С.Е. Выбор стратегии развития малого инновационного предприятия на основе матричной модели: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / С.Е. Шкуратов. – М., 2006. – 25 с.
44. Ефимцева, Т.В. Правовое положение малых инновационных предприятий: проблемы определения и закрепления / Т.В. Ефимцева // Предпринимательское право. Приложение «Бизнес и право в России и за рубежом». – 2013. – № 2. – С. 28–32.
45. Асаул, А.Н. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / А.Н. Асаул, Б.М. Карпов, В.Б. Перевязкин, М.К. Старовойтов. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2008. – 606 с.
46. Юдин, Д.С. Методы формирования малых инновационных предприятий на базе высших учебных заведений: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Д.С. Юдин. – СПб., 2013.
47. Атарщикова, Н.В. Коммерциализация научно-технических разработок посредством малых инновационных предприятий при вузах / Н.В. Атарщикова // Управление экономическими системами: науч. электрон. журнал. – 2011. – № 5 (29).
48. Мухамедьяров, А.М. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / А.М. Мухамедьяров. – М.: Инфра-М, 2008. – 176 с.
49. О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности: федер. закон от 02.08.2009 №217-ФЗ (ред. 29.12.2012) // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140486/
50. Давыдов, А.Е. Малые инновационные предприятия в государственной инновационной политике / А.Е. Давыдов // ЭПИ Социально-экономические и технические системы. – 2007. – №4. URL: <http://kampi.ru/sets> – свободный.
51. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014): федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 28.12.2013) // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/popular/o_razvitii_malogo_i_srednego_predprinimatelstva_v_rossijskoj_federacii/
52. О направлении Концепции развития научно-исследовательской и инновационной деятельности в учреждениях высшего профессионального образования Российской Федерации на период до 2015 года: письмо Минобрнауки РФ от 22.02.2011 # 13-91 // СПС «Консультант Плюс». URL: <http://www.bestpravo.ru/rossijskoje/do-dokumenty/r9g.htm>
53. Гарнов, А.П. Малые инновационные предприятия как форма реализации вузами инновационной деятельности / А.П. Гарнов, О.В. Краснобаева // Человеческий капитал и профессиональное образование. – 2012. – № 2. – С. 21–27.

54. О мерах по устранению административных барьеров при развитии предпринимательства: указ Президента РФ от 29 июня 1998 года № 730 // СПС «Гарант». URL: <http://base.garant.ru/12112110/>
55. О первоочередных мерах государственной поддержки малого предпринимательства в российской федерации: указ Президента РФ от 4 апреля 1996 года № 491 // СПС «Гарант». URL: <http://base.garant.ru/106121/>
56. О государственной поддержке развития инновационной инфраструктуры в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионального образования: Постановление Правительства Российской Федерации от 9 апреля 2010 г. № 219 // СПС «Гарант». URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/239941/>
57. Смицких, К.В. Оценка влияния региональных факторов на развитие малого инновационного предпринимательства в ДВФО / К.В. Смицких, П.С. Коврижко, Н.Р. Кравченко // Инновации в управлении региональным и отраслевым развитием: сб. материалов Всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф. / отв. ред. В.В. Пленкина. – Тюмень: Ид-во ТюмГНГУ, 2014. – С. 306 – 310.
58. Экономико-математические методы. URL: <http://emm.ostu.ru/lect/lect7.html> (дата обращения 23.06.2011).
59. Мыльник, В.В. Исследование систем управления: учебное пособие для вузов / В.В. Мыльник, Б.П. Титаренко, В.А. Волочиенко. – М.: Академический Проект, 2013. – 352 с.
60. Варкулевич, Т.В. Учет и отчетность по сегментам деятельности в системе управленческого учета государственного вуза / Т.В. Варкулевич // Экономика и предпринимательство. – 2013. – №7. – С. 312–315.
61. Батурина, О.А. Практика оценки результативности ведущих университетов России / О.А. Батурина // Проблемы и перспективы современной науки. – 2015. – №9. – С. 130–137.
62. Баранчеев, В.П. Управление инновациями / В.П. Баранчеев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. – М.: ИД Юрайт, 2011.
63. Реутов, А.Ю. Анализ ресурсной, результатной и статистической компонент инновационной активности организации / А.Ю. Реутов // Электронный научный журнал «Управление экономическими системами». – 2011. – № 9.
64. Ахмадуллин, Р.А. Инновационная деятельность малых предприятий и современные методы ее анализа и оценки / Р.А. Ахмадуллин // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – №17. – С. 230–234.
65. Сайфуллина, С.Ф. Оценка возможностей и перспектив инновационного развития предприятий: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / С.Ф. Сайфуллина. – Уфа, 2011. – 144 с.
66. Вьюнова, Р.Р. Подходы к оценке инновационного потенциала предприятия / Р.Р. Вьюнова // Общество: политика, экономика, право. – 2015. – № 2. – С. 35–38.
67. Фишер, Л. Совершенство на практике. Лучшие проекты в области управления бизнес-процессами и workflow: пер. с англ. / Л. Фишер. – М.: Весть-Метатехнология, 2000. – 176 с.

68. Усманова, Н.В. Интегральная оценка инновационной деятельности предприятий малого и среднего предпринимательства / Н.В. Усманова, И.Д. Колмакова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер.: Экономика и менеджмент. – 2012. – № 9 (268). – С. 170.
69. Сибгатуллин, К.Ж. Оценка экономического эффекта от инноваций для целей их коммерциализации / К.Ж. Сибгатуллин, Ю.В. Храмов, С.С. Ахметзянова, И.В. Гилязутдинова // Вестник Казанского технологического университета. – 2011. – № 22. – С. 175–182
70. Кузьмина, О.Е. Выявление факторов влияния, а также показатели условий развития деятельности малых инновационных предприятий для оценки инновационного потенциала / О.Е. Кузьмина // Вестник СГТУ. – 2012. – №1 (68).
71. Трифилова, А.А. Управление инновационным развитием предприятия / А.А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 173 с.
72. Чернышева, Ю.Г. Особенности инновационных малых предприятий и критерии оценки их деятельности / Ю.Г. Чернышева, Л.Ю. Якивюк // Учет и статистика. – 2008. – № 11. – С. 157–163.
73. Сычева, А.А. Методологические подходы к оценке инновационного потенциала промышленного предприятия / А.А. Сычева // Мир современной науки. – 2012. – № 3.
74. Плотников, А.П. Методические основы организации инновационной деятельности на машиностроительных предприятиях / А.П. Плотников // Вестн. СГЭУ. – 2007. – № 3 (29).
75. Кириллов, А.В. Международный опыт развития малого и среднего инновационного предпринимательства и возможности его применения в российской экономике: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / А.В. Кириллов. – М., 2015. – 187 с.
76. Инновационное развитие экономики России: национальные задачи и мировые тенденции: материалы междунар. конф: сб. ст. МГУ им. М. В. Ломоносова / под ред. В.П. Колесова, Л.А. Тутова. – М.: МАКС-Пресс, 2008. Т. 1.
77. What is SBIR and STTR? URL: <https://sbir.nih.gov/about/what-is-sbir-sttr>
78. The Small Business Investment Company (SBIC) Program Helping Meet the Capital Needs of American Small Business. – Wash., DC, 2015. URL: https://www.sba.gov/sites/default/files/articles/SBIC_Program_Standard_One-Pager.pdf
79. Small Business Survey 2014. – UK, L.: Department for Business, Innovation & Skills, March 2015.
80. A Summary of SBC's Policy Funds. – South Korea: Small and Medium-Business Corporation, 2014. – P. 4.
81. Костюнина, Г.М. Технопарки в зарубежной и российской практике / Г.М. Костюнина, В.И. Баронов // Вестник МГИМО-Университета. – 2012. – № 3. – С. 91–99.

Научное издание

Батурина Ольга Андреевна
Варкулевич Татьяна Владимировна
Смицких Ксения Викторовна
Терентьева Татьяна Валерьевна

**РЕАЛИЗАЦИЯ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА
УНИВЕРСИТЕТА С БИЗНЕС-СРЕДОЙ**

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ
И ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

Монография

Редактор М.А. Шкарубо
Компьютерная верстка М.А. Портновой

Подписано в печать 07.05.2018. Формат 70×100/16.
Бумага писчая. Печать офсетная. Усл.-печ. л. 10,0.
Тираж 600 экз. Заказ

Издательство Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано во множительном участке ВГУЭС
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41