

# СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО УНИВЕРСИТЕТОВ С БИЗНЕС-СРЕДОЙ: БАЛАНС ВЗАИМНЫХ ИНТЕРЕСОВ

Н.Н. Масюк, О.А. Батурина, М.А. Бушуева

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (Ивановский филиал)*

**Резюме:** в статье доказывается целесообразность тесного взаимодействия университетов и бизнес-сообщества в разных областях деятельности, рассматриваются основные формы такого взаимодействия в контексте целевых приоритетов партнеров, в том числе, создание эндаумент-фондов. Показано, что для большинства ведущих университетов мира стратегическое партнерство с бизнесом стало высшим приоритетом, определяющим их успешное развитие и долгосрочное сотрудничество, а также расширение возможностей для преподавателей и выпускников работать в инновационной среде. Сформулированы принципы эффективного взаимодействия стратегических партнеров для достижения синергетического эффекта. Акцентируется внимание на взаимоотношениях стратегических партнеров в условиях регионального кластера.

**Цель:** систематизировать основные формы взаимодействия вузов с бизнес-средой.

**Метод или методология проведения работы:** Проведение кабинетных исследований.

**Результаты:** Приведена типология форм стратегического партнерства университетов и бизнес-структур в контексте гармонизации интересов заинтересованных сторон, предложены принципы эффективного взаимодействия стратегических партнеров для достижения синергетического эффекта.

**Область применения результатов:** Менеджмент, маркетинг.

**Ключевые слова:** стратегическое партнерство, университет, бизнес, бизнес-сообщество, эндаумент-фонды, группы заинтересованных сторон, кластеры, принципы взаимодействия, синергия.

## THE STRATEGIC PARTNERSHIP BETWEEN THE UNIVERSITIES AND THE BUSINESS ENVIRONMENT: BALANCE MUTUAL INTERESTS

N.N. Masyuk, O.A. Baturina, M.A. Bushueva

*Vladivostok State University of Economics and Service  
Russian University of Economics, by G.V. Plekhanov (Ivanovo Branch)*

**Abstract:** In this article we prove the feasibility of close cooperation of universities and the business community in various fields discusses the main forms of such cooperation in the context of the target priorities of partners, including the establishment of endowment funds.

It is shown that for the majority of the leading universities in the world strategic partnership with the business became a top priority in determining their success and long-term cooperation, as well as expanding opportunities for faculty and graduates to work in an innovative environment.

The principles of effective interaction of strategic partners to achieve synergistic effects are formulated. The attention is focused on the relationship between strategic partners in a regional cluster.

**Objective:** To systematize the main forms of interaction between universities with the business environment.

**Method or methodology of work:** desk research.

**Results:** We present a typology of forms strategic partnership of universities and businesses in the context of harmonizing the interests of stakeholders, proposed principles for effective interaction between strategic partners to achieve synergistic effects.

**Scope results:** Management, Marketing.

**Keywords:** strategic partnership, university, business, business community, endowment funds, stakeholder groups, clusters, principles of cooperation, synergy.

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 вузы ищут новые формы эффективного взаимодействия с бизнес-сообществом, устанавливая партнерские отношения.

Партнерство – это технология координации деятельности организаций, не связанных друг с другом ни административными, ни рыночными отношениями. На практике такая форма сотрудничества фирм, компаний, не закрепляется в учредительных документах, а поддерживается фактически. В качестве документа, подтверждающего такие отношения, обычно составляется договор (или протокол) о партнерстве.

Существует большое количество точек зрения на эту проблему, отражающих ее различные аспекты: политические, экономические, экологические, гуманитарные. Так, в документах ООН, под партнерством понимают «добровольные и основанные на сотрудничестве взаимоотношения между различными субъектами, как представляющими государство, так и не связанными с ним, при которых все участники договариваются совместными усилиями добиваться общей цели или выполнять конкретную задачу и сообща

преодолевать неблагоприятные факторы, нести общую ответственность, предоставлять на взаимной основе ресурсы и знания и пользоваться достигнутыми результатами»<sup>1</sup>.

Когда бизнес-компании и университеты начинают работать в тандеме, их сотрудничество может стать толчком для инноваций и экономического роста. При этом университеты формируют открытое образовательное пространство на основе сетевого партнерства с бизнесом.

Залогом успеха стратегического партнерства университетов с бизнесом является ориентация всех заинтересованных сторон на высший приоритет целей стратегического партнерства. При этом партнерские отношения университетов с бизнесом не даются легко и не устанавливаются в одночасье. Этому предшествует длительная работа и детальное обсуждение возможных вариантов сотрудничества всеми заинтересованными сторонами.

В современных рыночных условиях университеты должны выступать как хозяйствующие субъекты. Ужесточение конкуренции, государственное регулирования 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.

Одной из основных проблем системы высшего образования (далее ВО), на сегодняшний день, является обеспечение качества образования и подготовка выпускников, соответствующих запросам рынка труда. Данная проблема становится более острой в связи с необходимостью внедрения и реализации компетентностного 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.

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.

В этой связи серьезное значение приобретает развитие государственно - частного партнерства, которое можно представить как взаимодействие государственных образовательных учреждений (представляющих государство, публичного партнера) и структур бизнеса на основе взаимных интересов для достижения общих целей.

---

<sup>1</sup> Михеев, А.Н. Многосторонние партнерства: определение, принципы, типология, процесс осуществления / А.Н. Михеев // Информационное общество. - 2005. - Вып. 3. - С. 18–25.

Такое взаимодействие дает возможность развития участников, осуществления целей каждой заинтересованной стороны. Вузы имеют возможность обеспечивать более высокое качество своих образовательных программ, получая дополнительное конкурентное преимущество, удовлетворяет потребность в ресурсах, приобретают финансовую поддержку для образовательных и исследовательских целей и т.п. В свою очередь, бизнес-сообщества получают 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 более детальной проработки формата успешного выбора стратегического партнера очень полезным является бенчмаркинг-анализ и выявление опыта лучших практик как отечественных, так и зарубежных вузов, которые преуспели в этом направлении<sup>2</sup>.

Для понимания возможных форм взаимодействия, необходимо рассмотреть интересы трех основных групп заинтересованных сторон – государство (в лице Министерства образования), вузы (в первую очередь, государственные) и бизнес-структуры, имея в виду, что государство до недавнего времени играло в таком взаимодействии главенствующую роль<sup>3</sup> (табл.1).

Если ранее сотрудничество с образовательными учреждениями со стороны частного сектора носило, преимущественно, спонсорский характер, то сейчас механизмы ГЧП дают возможность бизнесу активно участвовать в жизни учебного заведения, его развитии, совершенствовании материальной базы.

Рассмотрим наиболее часто используемые формы взаимодействия бизнес - сообщества и образовательных учреждений ВО в контексте организации образовательного процесса.

Появилась возможность вовлечения уникальных специалистов-бизнесменов в систему подготовки кадров, привлечения специалистов в процесс модернизации учебных заведений, привлечения средств других благотворителей, а также бюджетов различных

---

<sup>2</sup> Масюк,Н.Н. Бенчмаркинг как инновационный способ повышения конкурентоспособности университета на международном рынке образовательных услуг [Текст] /Н.Н. Масюк, П.В.Петрищев // Современные проблемы науки и образования. - 2012. - №6.

<sup>3</sup> Батурина, О.А. Российская практика оценки эффективности взаимодействия бизнеса и власти в форме государственно-частного партнерства [Текст] / О.А. Батурина, Н.Н. Масюк, Ю.В. Мокшина // Наука и бизнес: пути развития. – 2013. - №12 (30). – С. 67-70.

уровней для реализации совместных образовательных проектов в рамках и на основе ГЧП.

1. **Организация студенческих практик.** Отношения оформляются договором о сотрудничестве. Основными видами практики студентов высших учебных заведений, обучающихся по основным образовательным программам ВО, в зависимости от направления, могут являться: учебная и производственная – по программам бакалавриата, научно-исследовательская – по программам магистратуры.

2. При прохождении практики студенты получают представление о предприятии и сфере, в которой оно работает, о преимуществах и недостатках профессионального поведения, получают возможность закрепить полученные в ходе теоретического обучения знания, умения и навыки.

Таблица 1 – Классификация интересов (целей) групп заинтересованных сторон

<b>Экономические</b>	<b>Неэкономические</b>
<b><i>Государство</i></b>	
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
<b><i>ВУЗы</i></b>	
Дополнительное финансирование и расширение имущественной и финансовой базы	Моделирование интегрированного образовательного комплекса
Повышение финансирования НИОКР	
Коммерциализация научных разработок	
<b><i>Бизнес-сообщество</i></b>	
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

Недостатком такого сотрудничества является небольшая продолжительность (максимально 4 недели), что не позволяет студенту в полной мере погрузиться в работу, и заинтересованность предприятия в практикантах с этой точки зрения небольшой.

В настоящее время, компании предлагают вариант студенческих стажировок, которые, по сравнению в практиками, не имеют фиксированных сроков и строгой привязки к графику учебного процесса.

3. **Учреждение эндаумент - фондов** при университетах<sup>4</sup>. Целевой капитал формируется за счет пожертвований или специальных целевых взносов, средства которого инвестируются и дают регулярный доход, часть которого используется для развития учреждений высшего образования. Использование такой формы взаимодействия позволяет образовательным учреждениям получать стабильный долгосрочный источник финансирования.

Мотивы участников эндаумент - фонда различны: для бизнес-компаний это может быть подготовка более квалифицированных кадров, демонстрация социальной ответственности, проведение прикладных научных исследований; для университета это получение дополнительного стабильного источника финансирования на долговременной основе, более качественная интеграция с бизнес - средой, повышение качества образовательных услуги; для выпускников – желание помочь в благодарность за полученное образование<sup>5</sup>.

4. **Сотрудничество в сфере инноваций.** Форм проявления такого взаимодействия можно выделить несколько.

Во-первых, это информационная поддержка, помощь в патентовании инновационных разработок вузов. Новые изобретения можно защитить несколькими патентами, что значительно повысит уровень защиты изобретений. В зарубежной практике данный подход получил широкое распространение. Например, Тартускому университету (входит в число 400 лучших университетов мира) был выдан европейский патент на изобретение «Онлайн-система, метод для ее калибровки и одновременной идентификации следов разных антибиотиков и определения их концентраций в молоке», данная разработка позволяет крупнейшим молочным производителям решить проблему качества продукции и уменьшить расходы, возникающие в результате утилизации непригодного для производства молока [3].

---

<sup>4</sup> Батурина, О.А. Эндаумент-фонды как форма реализации государственно-частного партнерства в высшем образовании [Текст] / О.А. Батурина, Н.Н. Масюк //Интернет-журнал: Науковедение. – 2012. - №4 (13). – С. 6.

<sup>5</sup> Там же

В России в последнее время данному направлению сотрудничества также уделяется много внимания, в частности одним из показателей Национального рейтинга университетов (далее НРУ) стал «Портфель национальных и международных патентов, поддерживаемых вузом»<sup>6</sup>. Портфель патентов используется европейскими оценщиками предпринимательства, поэтому российские разработчики также стали ориентироваться на него.

Исследования по патентной базе Всемирной патентной организации - WIPO, после обработки 500 патентных записей, не выявили ни одного российского учебного заведения, зарегистрированного в качестве Патентообладателя. Специалисты патентного бюро «Романовы и Партнёры» провели ещё одно исследование по патентным базам и выяснили что многие зарегистрированные высшими учебными заведениями патенты в период с 2002 - 2005 гг., либо потеряли свою правовую охрану, либо, находятся в стадии аннулирования, либо, были позже восстановлены. Минимальное количество патентов (было исследовано 1000 патентов) было передано Патентообладателями в лицензию коммерческим структурам<sup>7</sup>.

Во-вторых, это 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 НРУ, но это достаточно проблемное направление, законодательные ограничения не позволяют бизнес-сообществу в полной мере включиться в этот процесс.

##### **5. Организация базовых кафедр (проведение НИОКР и практических занятий)**

Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы очень важны, университеты совместно с бизнес-сообществами могут разработать более привлекательные продукты и услуги, чем у конкурентов. Они помогут развить консультационную и инновационную деятельности, повысить престиж вуза. Например, МФТИ создает «базовые кафедры», они ориентированы на спецкурсы, практические занятия. Благодаря созданию таких кафедр, студенты включаются в разработки, которые проводятся в организациях-партнерах на современном оборудовании и под руководством ведущих специалистов. А в

---

<sup>6</sup> Технологические бизнес-успехи университетов оценят по новой методике  
URL: <http://www.rg.ru/2013/07/02/patent.html>, дата обращения 20.12.2014

<sup>7</sup> Регистрация и использование патентов в вузах.  
URL: <http://www.patent-ru.ru/blog/komu-nuzhny-patentj-vuzov-rossii.html>, дата обращения 20.12.2014

ГУ-ВШЭ созданы институты, которые взаимодействуют с крупными фирмами (Microsoft, SAP и т.д.).

#### **6. Программы по трудоустройству выпускников.**

Трудоустройство выпускников, ярмарка вакансий. Одним из плюсов ярмарок вакансий является встреча студентов и соискателей, не имеющих опыта работы с большим количеством работодателей, прямое общение с менеджерами, которые занимаются подбором кадров для своей компании. Во многих зарубежных вузах эту функцию помощи в трудоустройстве оказывают ассоциации выпускников.

7. **Организация мастер-классов.** В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов. К образовательному процессу должно быть привлечено не менее 10 процентов преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций. ВУЗ обязан обеспечить гарантию качества подготовки, в том числе, путем разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников с привлечением работодателей. Высокая эффективность проведения мастер-классов подтверждена научными исследованиями. Основными преимуществами мастер-классов являются: знакомство с новыми технологиями, методиками, приобретение и закрепление знаний и навыков, гибкость во времени и др.

Существует и другая типология форм стратегических партнерств вузов 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.

Рассмотрим более подробно поведение заинтересованных сторон в рамках стратегических партнерств рассматриваемого вида и принципы их эффективного взаимодействия.

В стратегическом партнерстве руководству университетов отводится главенствующая роль. Это означает, что ректоры вузов должны поставить отношения в стратегическом партнерстве высшим приоритетом и регулярно обсуждать их с вузовским сообществом.

Стратегическое партнерство необходимо основывать на высшем уровне, как со стороны университета, так и со стороны бизнес-компаний. При этом необходимо создать совместную руководящую группу, включая руководство всех партнеров и ведущих ученых университета. Главное здесь – убедиться в том, что цели и преимущества партнерства ясны всем.

Все начинается с общего видения и разработки стратегии. На первом шаге проводится оценка основных сильных сторон университета, а также ядра исследовательской компетентности бизнес-структуры для определения перспективных возможностей для интеграции с бизнесом<sup>8</sup>.

Успех или неудачу партнерства определяют люди. Поэтому для управления отношениями в стратегическом партнерстве к этому должны быть привлечены люди, у которых есть глубокое понимание двух культур: предпринимательской культуры бизнес-среды и академической культуры университета. Одним из способов такого обсуждения стратегических возможностей всех заинтересованных сторон является создание в университетах ситуационных центров как центров «быстрого реагирования» на изменение стратегических условий<sup>9</sup>.

Для того, 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 понимаем доведение до сведения бизнес-сообщества содержания научных разработок и проектов, выполняемых учеными университета.

Далее, 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.

---

<sup>8</sup> Межонова, Л.В. Университетский комплекс: инновационные подходы к управлению [Текст] /Л.В. Межонова, Н.Н. Масюк// Университетское управление: практика и анализ. 2012. № 6 (82). С. 32-37.

<sup>9</sup> Куликова, О.М. Проектирование организационной структуры ситуационного центра как одного из инструментов управления интеграционными процессами в университетском комплексе [Текст] / О.М. Куликова, Н.Н.Масюк, Л.В. Межонова Л.В. // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 5. С. 63.

Налаживая партнерские отношения между университетом и бизнес-структурами, необходимо придерживаться нескольких принципов. Главным принципом или «золотым правилом» успешного сотрудничества является *взаимопонимание и доверие партнеров*<sup>10</sup>. В таблице 2 приведен комплекс основных принципов стратегического партнерства вузов и бизнеса и их краткое описание.

В дополнение 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, а именно: повышение качества подготовки выпускников вузов 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.

Далее позволим себе сосредоточить внимание на внутрикластерных взаимоотношениях стратегических партнеров.

Кластер по своей сути является многоаспектным экономическим феноменом, соединяющим в себе множество форм взаимодействия входящих в него хозяйствующих субъектов. Если вести речь о заинтересованных сторонах в региональных кластерах, то университеты являются их полноправной группой. Сложно найти описание успешного в международном масштабе кластера, в котором не были бы представлены ни образовательные, ни научные учреждения. Более того, как правило, таких учреждений несколько.

Самым распространенным мотивом создания кластеров выступает компенсация отсутствующих или неразвитых активов либо компетенций, причем доступ к скрытым знаниям, опытным работникам, источникам проектирования и инноваций, возможностям объединения в сеть, творческое сотрудничество и иные подобные преимущества стали едва ли не самой важной причиной интеграции бизнеса с вузами в рамках кластера. У участников кластера развиваются такие преимущества, как восприимчивость к инновациям, рационализация бизнеса, опережающий рост новых направлений<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Масюк, Н.Н. Ассоциативный холдинг – предпосылки организации на примере текстильных предприятий: Монография [Текст] / Н.Н. Масюк, А.Х. Этезов, З.В. Брагина – Иваново: Ивановская государственная текстильная академия, 2005. – С. 58.

<sup>11</sup> Масюк, Н.Н. Инновационное развитие региона на основе кластеризации как формы виртуальной интеграции компаний [Текст] / Н.Н. Масюк, М.А. Бушуева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2012. - №3. – С. 102-107.

Таблица 2 – Комплекс основных принципов стратегического партнерства вузов и бизнеса

Наименование принципа	Краткое описание принципа
Принцип взаимопонимания и доверия партнеров	Понимается как взаимная уверенность сторон в том, что ни одна из них не будет предпринимать негативных действий для всей системы и не будет использовать в своих интересах слабые стороны партнера
Принцип глобальной стратегии	Глобальная стратегия создания стратегического партнерства заключается в неформальном объединении активов и компетенций партнеров с целью повышения эффективности функционирования за счет использования рыночных шансов и установления конкурентных преимуществ
Принцип общего базиса целеполагания	Стратегическое партнерство должно быть направлено на интеграцию целей и интересов партнеров
Принцип открытости (прозрачности)	Предполагает четко объявленные цели, прозрачность и понимание мотивов и ожиданий партнеров
Принцип гибкости (саморазвития и саморегулируемости)	Формат стратегического партнерства не должен быть жестким, оно должно обладать определенной гибкостью и иметь возможность развиваться, меняя формы в соответствии с возникающими потребностями
Принцип равноправия (справедливости)	Четкое определение ролей необходимо, чтобы гарантировать, что все участники «играют по одним правилам» и понимают интересы, приоритеты и ожидания друг друга
Принцип синергии	Доминирование эффекта совместного функционирования стратегических партнеров над суммой эффектов их автономной деятельности
Принцип координации	Выявлением возможных форм взаимодействия ключевых фигур партнерства с рядовыми его членами
Принцип комплексности	Сотрудничество осуществляется по нескольким направлениям; баланс вкладов сторон определяется комплексно, что упрощает достижение договоренностей и является показателем взаимного доверия и надежности
Принцип долгосрочности	Сотрудничество осуществляется на основании долгосрочных договоров о стратегическом партнерстве с приложением частных договоров;
Принцип институциональности	Выражается в том, что нормативно-методическая база, механизмы и формы деятельности партнерства и т.д. закреплены (и подтверждены): <ul style="list-style-type: none"> <li>– юридическими документами;</li> <li>– инфраструктурно (совместные кафедры, лаборатории, центры и т.п.);</li> <li>– долгосрочными программами деятельности;</li> <li>– наличием общих органов управления.</li> </ul>
Принцип конфиденциальности	Неразглашение информации о партнерах, позволяющее им достигать конкурентных преимуществ
Принцип системного мониторинга достижения стратегических целей	Системный мониторинг является важнейшим элементом стратегического партнерства и позволяет своевременно выявить риски и предотвратить негативные моменты <sup>12</sup>

<sup>12</sup> Масюк, Н.Н. Стратегический мониторинг текстильного предприятия [Текст] /Н.Н. Масюк, В.В. Сильченко - Иваново: ИГТА, 2009. - С. 17.

Приведем пример стратегического партнерства Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (ВГУЭС) с субъектами региональных кластеров Приморья, а частности, туристического кластера, внутри которого активно развивается игровой подкластер. ВГУЭС активно развивает стратегическое партнерство, привлекая к сотрудничеству самые крупные и известные в регионе компании и государственные организации. На своей базе университет проводит для партнеров семинары, а на базе предприятий и организаций студенты вуза проходят различные виды практик.

В настоящий момент ВГУЭС заключил партнерское соглашение с «Первой игровой компанией Востока» об адресной подготовке специалистов в соответствии с потребностями по обслуживанию гостинично-ресторанного комплекса интегрированной развлекательной зоны «Приморье», поскольку именно вакансии в сфере сервиса и обслуживания составляют большую часть потребностей развивающегося игрового подкластера. Как стратегический партнер, ВГУЭС очень интересен Первой игровой компании Востока, поскольку он имеет высокий стратегический потенциал альянсоспособности: высококвалифицированные кадры и современную материально-техническую базу для подготовки специалистов нового типа в соответствии со стратегическими интересами компании и региона.

#### ВЫВОДЫ

1. Одним из ключевых направлений совершенствования образовательного процесса и удовлетворения потребностей в специалистах в эпоху «экономики знаний» является стратегическое партнерство университетов с бизнес-средой.
2. Бизнес-компании и университеты должны понимать друг друга. Университеты должны прислушиваться к бизнес-сообществу как к основным заказчикам специалистов и научных разработок.
3. Немаловажным условием успешного партнерства является взаимное доверие партнеров, в первую очередь, руководителей, и взаимная заинтересованность в повышении имиджа всех участников стратегического альянса.

#### Библиографический список:

1. Батурина, О.А. Российская практика оценки эффективности взаимодействия бизнеса и власти в форме государственно-частного партнерства [Текст] / О.А. Батурина, Н.Н. Масюк, Ю.В. Мокшина // Наука и бизнес: пути развития. – 2013. - №12 (30). – С. 67-70.
2. Батурина, О.А. Эндаумент-фонды как форма реализации государственно-частного партнерства в высшем образовании [Текст] / О.А. Батурина, Н.Н. Масюк // Интернет-журнал: Науковедение. – 2012. - №4 (13). – С. 6.
3. Взаимодействие работодателей и образовательных учреждений: реальность и перспективы / Аналитический отчет по материалам пилотного исследования май-сентябрь

2006 года. / М.: Международный деловой центр IRBIS, РСПП по заказу Федерального агентства по образованию.

4. Вапнярская О. И. Особенности мониторинга дополнительного профессионального образования на международном уровне / Сервис plus. 2008. № 4.

5. Куликова, О.М. Проектирование организационной структуры ситуационного центра как одного из инструментов управления интеграционными процессами в университетском комплексе [Текст] / О.М. Куликова, Н.Н.Масюк, Л.В. Межонова Л.В. // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 5. С. 63.

6. Медынская И. В. Управление образовательными услугами российских вузов в условиях формирования общеевропейского пространства высшего образования / Дис. ... к-та экон. наук. СПб., 2005.

7. Межонова. Л.В. Университетский комплекс: инновационные подходы к управлению [Текст] /Л.В. Межонова, Н.Н. Масюк// Университетское управление: практика и анализ. 2012. № 6 (82). С. 32-37.

8. Масюк, Н.Н. Ассоциативный холдинг – предпосылки организации на примере текстильных предприятий: Монография [Текст] / Н.Н. Масюк, А.Х. Этезов, З.В. Брагина – Иваново: Ивановская государственная текстильная академия, 2005. – 184 с.

9. Масюк, Н.Н. Бенчмаркинг как инновационный способ повышения конкурентоспособности университета на международном рынке образовательных услуг П.В.Петрищев // Современные проблемы науки и образования. - 2012. - №6.

10. Масюк, Н.Н. Инновационное развитие региона на основе кластеризации как формы виртуальной интеграции компаний [Текст] / Н.Н. Масюк, М.А. Бушуева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2012. - №3. – С. 102-107.

11. Масюк, Н.Н. Стратегический мониторинг текстильного предприятия [Текст] /Н.Н. Масюк, В.В. Сильченко - Иваново: ИГТА, 2009. - 192 с.

12. Михеев, А.Н. Многосторонние партнерства: определение, принципы, типология, процесс осуществления / А.Н. Михеев // Информационное общество. - 2005. - Вып. 3. - С. 18–25.

13. Рахманова М. С. Разработка методов инновационного стратегического анализа вуза на основе теории заинтересованных сторон: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Рахманова Марина Сергеевна; [Место защиты: Владивосток. гос. ун-т экономики и сервиса].- Владивосток, 2009. - 236 с.: ил. РГБ ОД, 61 09-8/2890.

14. <http://www.rg.ru/2013/07/02/patent.html>, дата обращения 20.12.2014

15. <http://www.patent-ru.ru/blog/komu-nuzhny-patentj-vuzov-rossii.html>, дата обращения 20.12.2014