

Решение отмеченных выше задач предопределяет необходимость расширенного воспроизводства формальных и неформальных институтов, координирующих отношения, возникающие в контексте функциональности социального капитала, а именно: закрепление форм и способов взаимодействий, институциональное оформление доверительных отношений и обеспечение их устойчивости, разработка новых форм и способов сетевых взаимодействий, создание механизма инвестиции в социальный капитал.

Литература

1. Coase R. The Nature of the Firm // *Economica*. 1937. Vol. 4, No 16. P. 386 - 405; La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A., Vishny R. Trust in Large Organizations // *American Economic Review*. 1997. Vol. 87, No 2. P. 333-338.

2. *Алексашина Т.В.* Формирование и функционирование рынка интеллектуального капитала в инновационной экономике: дисс. ... канд. Эк. наук. – Орел, 2010.

3. *Алексеев А.Н.* Модернизация социально-экономической системы северных регионов России // *Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление*. 2013. № 4 (6). С. 11-16.

4. *Золотова И.К., Виноградова Е.И.* Социальный капитал – фактор снижения издержек фирмы // *Экономический журнал*. 2010. Т. 17. № 1. С. 119-125.

5. *Ляско А.* Доверие и транзакционные издержки // *Вопросы экономики*. 2003. № 1. С. 42-58.

6. *Кузнецова А.И., Колотовкина И.Ю.* Инфраструктура как необходимое условие устойчивого развития инновационной экономики региона // *Транспортное дело России*. 2011. № 6.

7. *Полищук Л., Меняшев Р.* Экономическое значение социального капитала // *Вопросы экономики*. 2011. № 12. С. 46-65.

8. *Резанова Е.В.* Социальный капитал организации: теоретико-методологические аспекты исследования // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право*. 2009. Т. 57. № 7. С. 120-127.

The social capital in the context of formation and the assessment of the intellectual capital

In article the key role of the social capital in reproduction of the intellectual capital and formation of the directed target interactions of managing subjects concerning development and deployment of innovations is allocated and proved, the model of influence of elements of the social capital at a size of the intellectual capital is presented

Keywords: social capital, innovative economy, intellectual capital

Tatyana Viktorovna Alexashina, Ph.D., Head of the Department of Management and Marketing, Moscow Vitte University

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА
ЭКОНОМИКИ СОВРЕМЕННОГО ВЫСШЕГО
УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ. ЧАСТЬ 1**

*Борис Варисович Салихов, д.э.н., профессор,
профессор кафедры менеджмента и маркетинга
Тел.: 8-903-684-42-58, e-mail: mgsusalikhov@yandex.ru
Московский университет им. С. Ю. Витте
<http://muv.ru>*

*Ирина Сергеевна Салихова, к.э.н., доцент кафедры экономики
Тел. 659-12-20; e-mail: mgsusalikhov@yandex.ru
Институт образования и науки
<http://www.aknao.ru/>*

В данной статье исследуется сущность экономики университетского образования, характеризуется общий замысел деятельности научно-исследовательского центра экономики образования, обеспечивающего повышение качества научно-педагогической деятельности вуза.

Исследуются особенности современного рынка образовательных услуг, а также определяют и конкретизируются задачи научно-исследовательского центра экономики образования по повышению уровня конкурентоспособности современного университета. Раскрываются общие направления деятельности данного центра по повышению эффективности экономики университетского образования; выявляется и рассматривается общее содержание интеллектуального предпринимательства как системного метода инновационно-внедренческой деятельности центра экономики образования. Показана роль данного центра в формировании добавленной стоимости научно-образовательного продукта; предлагаются формы и методы оценки вклада научно-исследовательского центра экономики образования в повышение уровня конкурентоспособности высшего учебного заведения.

Ключевые слова: экономика образования и экономика университетского образования; научно-исследовательский центр экономики образования; рынок образовательных услуг; конкурентоспособность современного университета; интеллектуальный капитал учебного заведения; интеллектуальное предпринимательство; интеллектуальная безопасность; научно-образовательный продукт.

1. Общий замысел деятельности научно-исследовательского центра экономики образования современного вуза

Экономика образования – это часть общей экономики, в рамках которой осуществляется расширенное воспроизводство смыслов, знаний и компетенций, составляющих основу человеческого и интеллектуального капитала. Следовательно, как и всякая экономика, она предполагает разработку системной парадигмы исследования следующих элементов, конституирующих образование как экономическую сферу человеческой деятельности:



Б.В. Салихов

– выявление и анализ предпосылок, условий, признаков и производительных факторов в сфере экономики образования;

– выявление уровней экономики образования в обществе и экономике с четкой спецификацией, прежде всего, вузовского и корпоративного компонента;

– характеристику качественных параметров (требований, стандартов, целевых функций, ценностных ориентиров, диверсифицированных компетенций и т.д.), например, вузовского образования как элемента в общей системе непрерывного и опережающего образования;

– анализ путей, форм, способов и технологий повышения эффективности экономики образования (конкретные рекомендации в области минимизации затрат и максимизации результата в образовательной деятельности вуза, а также конкретных его учебных и иных структур) и т.д.

Экономика университетского образования есть сложная система отношений,



И.С. Салихова

возникающих и развивающихся между определенными субъектами в сфере и по поводу воспроизводства научно-образовательных продуктов. **Научно-образовательный продукт** – это результат творчески-трудовой деятельности управленческих, научных и педагогических кадров университета, выраженный в научно-образовательных планах, программах, учебно-методических комплексах, формализованных методиках, различных моделях, а также в знаниях (неявно-явных) и компетенциях профессорско-преподавательского состава, готовых к использованию в деятельности по обучению и воспитанию студентов. **Образовательная услуга** предстает как полезное действие профессорско-преподавательского состава вуза по передаче,

объективации, воплощению новых знаний и формированию требуемых и ожидаемых компетенций у субъектов, предъявивших соответствующий спрос. В самом общем плане научно-образовательные продукты представлены, как минимум, в трех взаимосвязанных аспектах.

Первый аспект – это релевантный требованиям определенных компетенций набор образовательных стандартов, конкретизированных в учебных планах и программах, а также соответствующих курсах; реализация требований этих планов и программ предполагает формирование некоторой «модели выпускника» университета с ожидаемым набором смыслов, знаний и компетенций (*научно-образовательный продукт в форме проектного образовательного знания*).

Второй аспект – это определяемый требованиями современных учебных программ и практикумов набор постоянно изменяющихся форм, методов и способов непосредственно процесса образования и самообразования. Данные методы и способы научно-образовательной деятельности формируют ее технологию, или соответствующий методический инструментарий, обеспечивающий требуемую эффективность генерации новых идей, создания знаний и их включения в систему обмена, распространения и последующего усвоения (*научно-образовательный продукт в форме процессного образовательного знания*).

Третий аспект – это удовлетворяющий требованиям потребителей и всякий раз определенный набор знаний и компетенций, обеспечивающий высокий уровень конкурентоспособности выпускников университета и всех обучающихся на рынке человеческого или интеллектуального капитала, а также способствующий ожидаемым каждым субъектом обучения качества самореализации и самоактуализации. Отмеченный набор знаний и компетенций представляет собой конечную цель университетского образования и, одновременно, «старт» образования личности «через всю жизнь» (*научно-образовательный продукт в форме конечного, или объективированного образовательного знания*).

Все отмеченные научно-образовательные продукты генетически и каузально связаны друг с другом, где уровень качества одного является функцией качества другого: а) проектное научно-образовательное знание объективно требует релевантного качества одноименного процессного знания; б) научно-образовательное процессное знание инструментально детерминирует качественный уровень конечного, или квалификационно-компетентностного объективированного знания; в) рефлексия потребителями образовательных услуг рыночных и социокультурных требований, в свою очередь, неявно формулирует спрос на новое качество проектного и процессного научно-образовательного продукта.

Системным фактором производства научно-образовательных продуктов является интегральный интеллектуальный капитал сотрудников университета, осуществляющих управленческую, научную и преподавательскую деятельность.

Интеллектуальный капитал университета – это реализованный интеллектуальный потенциал его управленческих, научно-исследовательских, научно-педагогических кадров, а также других сотрудников, выраженный в реально востребованных и созидательно используемых инновационных формах (креативных знаниях и компетенциях) управленческой, научной и образовательной деятельности. Другими словами, интеллектуальный капитал – это новейшие знания и креативные компетенции в действии, представленные в виде своеобразного «потока» созидательных решений и творчески-трудовых взаимодействий. Фактором превращения интеллектуального потенциала в интеллектуальный капитал является управленческий капитал, требующий лидерских, пассионарных, уникальных качеств.

Интеллектуальная деятельность университета – это целенаправленное функционирование его интегрированного интеллектуального капитала по созданию и расширенному воспроизводству различных интеллектуальных продуктов (например, креативных и уникальных управленческих решений, новых методов научного исследования, новейших психолого-педагогических инструментов образовательной деятельности и др.).

Интеллектуальные активы университета – это значимые, доказавшие свою ментально-смысловую, социокультурную (доверие, высокий уровень деловой репутации и др.) и рыночную ценность (патенты, уникальные методики и др.) результаты интеллектуальной деятельности.

При некоторой условности такого деления интегрального университетского интеллектуального капитала вполне резонно выделять интеллектуальный управленческий, научный и преподавательский капитал высшего учебного заведения. Следовательно, в самом общем плане *экономика университетского образования* предполагает постановку и решение следующих созидательных задач.

Первое – это обеспечение высокой социально-экономической эффективности формирования, функционирования и развития университетского управленческого капитала как специфической ценности, призванной стать реальным «центром управленческой прибыли» университета. Уровень социально-экономической эффективности управленческого капитала определяется, прежде всего, созидательной «мощью» принимаемых решений, подкрепленных конкретизацией роли и значения организационного, институционального и социального капитала университета в формировании добавленной стоимости конечного научно-образовательного продукта.

Второе – это постановка задач и организация соответствующей деятельности по расширенному воспроизводству университетского научного капитала и превращению его в управляемый и высокоэффективный самостоятельный «центр прибыли от научной деятельности». Речь идет отнюдь не только о традиционных «доходных» формах процесса и результатов научной деятельности (консалтинг, аутсорсинг, доходы от патентов и др.); имеются в виду такие основания «научной прибыльности», как доходность от репутации университета как ведущего научного центра, в рамках которого ключевым элементом внутренней культуры и как таковой ценностно-смысловой модели вуза является *дух творчества как безусловный императив* всех форм и видов его деятельности.

Третье – это обеспечение необходимой социально-экономической эффективности формирования, функционирования и развития университетского преподавательского интеллектуального капитала, или университетского капитала ППС. *Интеллектуальный преподавательский капитал* есть специфическая ценность, обеспечивающая доходность в форме расширенного воспроизводства инновационных конечных форм научно-образовательного продукта и его высокоэффективной объективации в конкретных носителях креативных знаний и компетенций. Доходность отдельных преподавательских личностей, кафедр, факультетов, департаментов и других подразделений непосредственно определяется качественными параметрами и количественными показателями степени удовлетворения потребностей в научно-образовательных продуктах на соответствующих рынках.

Интеллектуальный преподавательский капитал представляет собой «передний край» всей социально-экономической деятельности университета, что объективно нацеливает все другие формы и виды университетского капитала на воспроизводство наиболее благоприятных условий для обеспечения креативной деятельности ППС и недопущения энтропии его творчески-трудовой энергии. Рассматриваемый капитал является главным фактором расширенного воспроизводства конечного научно-образовательного продукта и, следовательно, критическим основанием повышения эффективности и качества всей экономики университетского образования.

К разряду общих положений экономики университетского образования, в частности, относятся его предпосылки, условия и признаки.

Предпосылкой экономики университетского образования является неуклонно растущая потребность в креативных, знающих и компетентных кадрах для развивающейся в мире и в нашей стране инновационной экономики. Удовлетворение этой потребности является делом «интеллектуальной чести» любого современного высшего учебного за-

ведения. Более того, вузовская наука призвана сама активно участвовать в формировании спроса на инновационные научно-образовательные продукты.

Условием экономики университетского образования является растущая нехватка (дефицит) интеллектуальных ресурсов, способных наиболее полно удовлетворить требования динамично развивающегося мирового, национального и регионального рынка образовательных услуг. В связи с этим требуются инвестиции времени, энергии и других экономических благ для качественного обновления научно-педагогических кадров, создания условий для творческой самореализации, овладения наиболее передовыми формами и методами научной и образовательной деятельности.

Признаком экономики университетского образования является непосредственная деятельность его персонала (управленческого, научного и преподавательского) по производству, распространению, сохранению, обмену и конечному применению новейших знаний, «кристаллизуемых» в творческие компетенции потребителей научно-образовательных продуктов всех уровней, включая самих создателей этих благ. Факт производства новейших знаний предполагает поиск, идентификацию и повышение эффективности функционирования соответствующих факторов производства, то есть релевантного интеллектуального капитала субъектов производства знаний.

Таким образом, краткая ретроспектива общих положений, связанных с характеристикой экономики университетского образования, по сути, является обоснованием необходимости создания в рамках современных высших учебных заведений специальных научно-исследовательских структур, призванных расширенно воспроизводить новейшие знания в области развития интегрированного университетского интеллектуального капитала, релевантного требованиям масштабных и непрерывных инноваций. Конкретной формой таких структур может стать научно-исследовательский центр экономики образования (далее – Центр), характеризуемый ключевым замыслом своей деятельности, целью, основным предметным полем предполагаемых исследований, а также ментально-смысловым условием высокоэффективного функционирования.

Ключевой замысел деятельности Центра заключается в поиске путей максимизации социально-экономического результата в форме высокоэффективного университетского интегрального интеллектуального капитала при минимизации затрат всех видов ресурсов и факторов его расширенного воспроизводства и обеспечения требуемой функциональности.

Цель Центра: разработка научно-практических рекомендаций (соответствующих методик, технологий, организационных форм, алгоритмов принятия релевантных решений и т.д.), реализация которых в научно-образовательной деятельности позволит повысить социально-экономическую эффективность подготовки выпускников университета и других потребителей научно-образовательных продуктов, обладающих интеллектуальным капиталом, адекватным требованиям инновационной экономики.

Основное предметное поле исследований: социально-экономические отношения, воспроизводящиеся в рамках субъект-субъектных и субъектно-объектных отношений в сфере создания, развития и повышения эффективности функционирования университетского интеллектуального капитала требуемого уровня и качества. Деятельность Центра призвана осуществляться в условиях оптимизации интересов и мотивов всех заинтересованных сторон, что позволит обеспечить корпоративное доверие и, следовательно, синергию социально-экономических взаимодействий.

Ментально-смысловое и аксиологическое условие: в составе Центра должны работать креативные, трудолюбивые, в созидательном смысле амбициозные, адекватно мотивированные, преданные делу и интересам университета сотрудники – собственники высокоэффективного индивидуального интеллектуального капитала. Кроме того, важнейшим условием высокоэффективной креативной деятельности сотрудников является их междисциплинарная подготовка, что позволяет обеспечить неординарность подходов к решению творчески-трудовых задач и создать синергию креативной энергии.

Системное предназначение Центра заключается в том, чтобы внести существенный вклад в развитие интеллектуального потенциала университета, укрепить созидательное качество его традиций, прежде всего в научной, образовательной и воспитательной деятельности. Интеллектуальный потенциал университета – это способность управленческих, научно-исследовательских, научно-педагогических кадров, а также других сотрудников к индивидуальному и коллективному творческому мышлению и созданию инновационных форм управленческой, научной и образовательной деятельности. Все это призвано способствовать неуклонному повышению уровня репутации вуза как действенного эндогенного интегратора и координатора научно-образовательных инноваций, обладающего таким потенциалом конкурентоспособности, который гарантирует высокую степень функциональной устойчивости университета, а также требуемый уровень его социально-экономической и интеллектуальной безопасности в условиях возникновения системных рисков «разрушения» стоимости, выражаемой в результатах научно-образовательной деятельности в форме релевантных конечных образовательных продуктов. Репутация университета – это сложившееся в обществе мнение о его достоинствах и недостатках, связанных с содержанием, спецификой и соответствующими результатами деятельности вуза.

2. Университетское образование как сфера социально-экономических отношений и фактор создания добавленной стоимости

Цель, задачи, формы и методы научной деятельности Центра структурно и генетически предопределяются тем, что образование в целом и университетское образование в частности играет всевозрастающую роль в повышении эффективности, качества и результативности экономической деятельности. Общеизвестно и даже аксиоматично то, что в современных условиях инвестиции в образование являются самыми продуктивными с точки зрения обеспечения расширенного воспроизводства экономических и иных инноваций.

Генетическое обоснование, а также исходные и наиболее общие аспекты социально-экономической характеристики данного положения выглядят следующим образом:

а) личность, исходя из своих предпочтений, выбирает на рынке образовательных услуг тот набор предлагаемых научно-образовательных продуктов, которые релевантны ее целям, ценностным смыслам и представлениям о будущей творчески-трудовой деятельности;

б) научно-образовательная деятельность формирует интеллектуальный капитал личности как систему знаний и компетенций требуемого уровня;

в) впоследствии данный интеллектуальный капитал включается в систему рыночных и иных социально-экономических трансакций, в результате чего осуществляется его созидательное использование;

г) содержание творчески-трудовой деятельности и анализ ее результатов формирует модификации спроса на научно-образовательные продукты нового качества, что должно быстро учитываться научными и учебными подразделениями университета.

Образование как сфера социально-экономических отношений включает, как минимум, следующие элементы и их характеристики.

Во-первых, это отношения между потребителями и производителями образовательных услуг. Здесь исходным социально-экономическим явлением предстает система многоуровневых, диверсифицированных и постоянно усложняющихся общественных и личных потребностей в релевантных научно-образовательных продуктах.

При этом особую срочность приобретает необходимость быстрой и адекватной оценки содержания и качества данных потребностей, а также выявление предполагаемого вектора их изменений, чтобы Центр имел возможность «предвосхитить» потребительские ожидания потенциальных покупателей образовательных услуг, предложив им набор ранее неизвестных знаний и компетенций. Таким образом, объектом исследования является не только динамика существующего спроса на реально предлагаемые образовательные услуги, но также необходимо исследовать пути и способы активного

формирования данного спроса на потенциальные научно-образовательные продукты, спрос на которые появится в ближайшем и даже отдаленном будущем.

Во-вторых, это сложные и многоуровневые социально-экономические отношения, возникающие в процессе разработки требуемых «сегодня и завтра» научно-образовательных продуктов. Сложность данных социально-экономических отношений определяется следующими обстоятельствами:

а) содержательными характеристиками адресных инвестиций в расширенное «когнитивно-креативное» воспроизводство научно-педагогических кадров университета, что позволит создать и перманентно развивать интеллектуальный капитал исследователей в наиболее перспективном направлении;

б) спецификой и обеспечением требуемой результативности затрат на разработку новейших научно-образовательных продуктов в форме научных и учебных материалов, «пронизанных» научной новизной, потенциалом внедрения инноваций и адекватных требованиям реальных и потенциальных их покупателей;

в) спецификой социально-экономических затрат на создание и периодическое обновление новейших педагогических технологий, форм и методов научно-образовательной деятельности; «технологические инвестиции» в экономике образования занимают все более важное место, характеризуя значимость инструментально-методического обеспечения обучения и воспитания;

г) критическим значением творчески-трудового процесса непосредственной передачи (обмена, распределения, объективации, воплощения, материализации) новых знаний и смыслов, а также процессом формирования соответствующих компетенций; здесь осуществляется наиболее интенсивный энергетический обмен, впоследствии требующий адекватного восстановления использованных креативных сил личности как преподавателей, так и обучаемых.

В-третьих, образование как сфера социально-экономических отношений непосредственно увязывается с закономерностями формирования и развития *рынка образовательных услуг*, под которым следует понимать институционализированные отношения, возникающие и воспроизводящиеся между определенными субъектами (покупателями и продавцами) по поводу обмена данными услугами. Социально-экономическая характеристика рынка образовательных услуг связана со следующими аспектами:

а) инвестициями в институциональное предпринимательство, обеспечивающее поиск, проектирование и внедрение релевантных общественных, корпоративных (в рамках университета, Центра и др.) и иных институтов, норм и правил, регулирующих и координирующих соответствующие трансакции обмена;

б) затратами, связанными с проведением соответствующими структурами университета активного маркетинга с целью формирования и развития собственной воспроизводственной рыночной ниши (от школы до современных организаций, планирующих осуществлять переподготовку своего персонала);

в) поисковыми исследованиями и венчурными инвестициями, связанными с разработкой инновационных форм научно-образовательных продуктов и поиском качественно новых, нетрадиционных рыночных сегментов в контексте современного императива «образования через всю жизнь», а также в рамках непрерывного и опережающего образования;

г) использованием части университетского интеллектуального капитала на экономико-психологический анализ и последующую оптимизацию социально-экономических интересов растущего многообразия субъектов образовательно-рыночных трансакций, где все более активно участвуют члены домохозяйств, общественные организации, корпоративные союзы, сетевые профессиональные сообщества и т.д.;

д) целевыми инвестициями в формирование и развитие положительного имиджа и высокого уровня репутационного капитала университета, что является стратегическим и постоянно действующим фактором обеспечения устойчивого «наполнения» рыночной ниши субъектами соответствующего спроса.

Образование как фактор создания добавленной стоимости и, следовательно, как источник доходности и прибыльности образовательных организаций в целом и университета в частности требует особой детализации и конкретизации, что связано с *мериторным, или общественно-частным характером образовательного продукта как экономического блага*. Отсюда и роль образования как источника добавленной стоимо-

сти следует рассматривать, как минимум, с двух точек зрения: как частного и как общественного блага.

В качестве частного блага образование и его продукты выступают непосредственно на рынке образовательных услуг, формируя человеческий и интеллектуальный капитал тех, кто эти услуги покупает и в процессе креативно-когнитивной деятельности «производитственно» потребляет. В качестве же общественного блага образование предстает как базовый источник роста общего культурного уровня общества и, следовательно, как социокультурное основание общего цивилизационного прогресса. Кратко рассмотрим, как научно-образовательные продукты (образовательные услуги) непосредственно участвуют в создании добавленной стоимости.

Во-первых, с точки зрения *частного блага*, образование и одноименные продукты участвуют в создании добавленной стоимости любых товаров и услуг *непосредственно* именно фактом своей объективации или воплощения в человеческий или интеллектуальный капитал всех реальных потребителей образовательных услуг. Собственники человеческого или интеллектуального капитала, сформированного и развивающегося в процессе и в результате потребления образовательных услуг, создают когнитивные и продуктовые инновации, ценность которых и, соответственно, стоимостная оценка осуществляются субъектами конкретного рынка.

При этом «*факт добавления стоимости*» фиксируется рыночным, или общественным признанием инновационного продукта, а количественные показатели стоимостной оценки, или величина добавления стоимости есть функция качества человеческого капитала, детерминируемого качеством ранее потребленных научно-образовательных продуктов. Таким образом, имеет место логическая цепочка: «качество образовательного продукта – качество человеческого или интеллектуального капитала – качество созданного инновационного продукта – параметры и показатели добавленной стоимости, тестируемой индивидуальным или рыночным спросом – устойчивость и благополучие (доходность и прибыльность) собственника человеческого капитала, создавшего рыночную инновацию».

Во-вторых, с точки зрения *общественного блага*, образование и одноименные продукты участвуют в создании добавленной стоимости любых товаров и услуг *опосредованно*, то есть фактом своей общекультурной, созидательно-смысловой роли как такового нового знания в жизни и деятельности человеческого общества. Опосредованный характер добавления стоимости обосновывается и характеризуется следующими положениями:

а) рост общего уровня образованности нации позволяет расширенно воспроизводить релевантную требованиям инновационного развития институциональную систему, минимизирующую транзакционные издержки как в общественном масштабе, так и на уровне функционирования предприятий и даже отдельных экономических агентов-личностей;

б) в обществе формируется «*когнитивный мультипликатор*», связанный с «цепной реакцией» познавательной деятельности: чем больше потребитель образовательных продуктов узнает нового, тем больше желания и сильнее мотивация к еще более интенсивной познавательной деятельности (закон возрастания предельной когнитивной полезности);

г) в социально-экономической действительности возникают и воспроизводятся «*волны положительных экстерналий*», представляющих собой масштабные и постоянно нарастающие положительные сетевые и коммуникативные внешние эффекты от общей созидательной образовательной деятельности (взаимодействие с образованными людьми дает свои «*бесплатные*» образовательные эффекты).

Рассмотренные уровни и формы добавления стоимости в процессе и в результате образовательных взаимодействий должны учитываться в деятельности Центра, причем основное внимание в планируемых исследованиях необходимо обратить на качество воспроизводимых образовательных продуктов, прежде всего как частных образовательных благ, оказывающих непосредственное воздействие на параметры и показатели

реального добавления стоимости в создаваемые и тиражируемые инновационные конечные товары и услуги.

3. Современный рынок образовательных услуг и задачи Центра по повышению уровня конкурентоспособности вуза

Современный рынок образовательных услуг представляет собой инновационную общественную форму динамично развивающейся системы социально-экономических отношений в сфере обмена научно-образовательными продуктами в условиях высокого и непрерывно растущего уровня конкуренции соперничающих и сотрудничающих соответствующих его участников. Следовательно, **конкуренция на современном рынке образовательных услуг** есть специфическая, «мягкая» форма соперничества всех его субъектов за наилучшие условия воспроизводства научно-образовательных продуктов. Инновационный характер данного рынка, а также специфика отмеченной «мягкой» конкуренции предопределяются и характеризуются следующими обстоятельствами и положениями, которые должен учитывать Центр в своей научно-исследовательской и образовательно-внедренческой деятельности.

Во-первых, современный рынок образовательных услуг, в том числе и рынок, где предлагаются научно-образовательные продукты университета, все в большей степени позиционируется как *мировой, или трансграничный*. Формирование единого образовательного пространства, или образования «без границ», а также мировые требования к стандартизации научно-образовательной деятельности и ее результатам представляют собой важнейшие императивы для ускоренного поиска путей повышения качества и эффективности научно-образовательной деятельности университета.

Цель этой деятельности состоит в том, чтобы образовательные услуги вуза, а также качественные параметры знаний, смыслов и компетенций его выпускников реально демонстрировали высокий уровень конкурентоспособности университета и его интегрального интеллектуального капитала. Здесь формируется риск принятия нерелевантных решений в области управления научно-образовательной деятельностью и, следовательно, угроза отставания от мировых тенденций развития рынка образовательных услуг.

Во-вторых, современный рынок образовательных услуг все в большей степени становится *виртуальным, открытым и сетевым*, что способствует высокой скорости продвижения научно-образовательных продуктов за счет использования колоссальных возможностей современных электронных систем сбора, обработки и передачи полезной информации и новых знаний практически мгновенно в любую точку планеты. Электронизация и интернетизация научно-образовательной деятельности обязывает по-новому оценить роль и место традиционных форм и методов организации и управления данной деятельностью, решительно внедряя сетевые структуры, виртуальные формы, электронные системы в области научной и преподавательской деятельности.

В связи с этим ключевое значение для повышения уровня конкурентоспособности университета имеет создание, например, *Когнитивного Аналитического Центра (КАЦ)* как интегральной и динамично развивающейся базы новейших знаний и экспертных систем, обеспечивающих гарантию качества принимаемых решений на всех уровнях управленческой, научной и образовательной деятельности в условиях перманентной актуализации мегаинформационного и мегакогнитивного пространства. При отсутствии КАЦ формируется риск информационно-коммуникационного отставания от существующих и потенциальных конкурентов, а также растущая угроза перманентного «когнитивного голодания» всех участников научно-образовательной деятельности университета.

В-третьих, рынок образовательных услуг сегодняшнего дня характеризуется «джентльменским» *единством конкуренции и сотрудничества*, или «кооперацией» (единством кооперации и конкуренции), что является прямым следствием не только гуманизации социально-экономического пространства, но и его виртуализации и сетевизации. Конкуренция на рынке образовательных услуг все в большей степени прини-

мает форму различных форм и методов доверительных отношений и взаимодействий, что требует разработки и внедрения инструментов *конкордоспособности*, то есть умения и управленческой компетенции инвестировать в воспроизводство системы межвузовских и иных доверительных отношений.

Предполагается, что инвестиции в конкордоспособность являются важнейшим инструментом создания положительной социокультурной и ментальной репутации университета, а также фактором его интеллектуальной привлекательности для всех заинтересованных сторон. При отсутствии отмеченного «джентльменского» единства конкуренции и сотрудничества формируется риск дезинтеграции университета, его «выпадения» из системы институциональных взаимодействий, что несет в себе весьма опасную угрозу подрыва межуниверситетского и внутриуниверситетского доверия, а также угрозу подрыва деловой и интеллектуальной репутации вуза как его ключевого доходного социально-экономического актива.

В-четвертых, современный рынок образовательных услуг, с одной стороны, характеризуется, а с другой стороны, предъявляет перманентно растущие требования к *инновационному содержанию и качеству научно-образовательных продуктов*. Образовательные услуги университета должны быть релевантны требованиям сегодняшних и завтрашних покупателей, быть адекватной когнитивной рефлексией на требования инновационной экономики. При этом имеются в виду научно-образовательные инновации различных уровней: от незначительных модификаций до радиальных новых продуктов «созидательного разрушения по-шумпетериански».

Решение этой задачи видится на пути теснейшей интеграции научной и образовательной деятельности, в рамках которой научная новизна и глубина воспроизводимых знаний находила бы свое естественное продолжение в новейших формах воспроизводства педагогических технологий их накопления, обмена и передачи обучаемым. В этих условиях роль когнитивного аналитического центра (базы знаний) становится ключевой организационно-институциональной структурой с точки зрения повышения интенсивности обмена как научными, так и технологическими знаниями, прежде всего в рамках университета. Отсутствие адекватной когнитивной рефлексии на требования инновационной экономики формирует риск принятия запоздалых решений в сфере радикального обновления интегрального университетского интеллектуального капитала, что может катализировать угрозу ментально-смысловой и ценностно-креативной эрозии данного капитала в условиях продолжающегося отрыва научной деятельности от образовательной практики.

В-пятых, растущие требования рассматриваемого рынка к инновационному содержанию и качеству образовательных услуг существенно дополняются *возросшей скоростью обновления требуемых знаний и компетенций*. Современный «бизнес со скоростью мысли» требует и «образования со скоростью мысли», то есть высочайшей скорости обновления преподаваемых знаний и формируемых компетенций. Главное – это то, что современные учебные заведения более не могут и не должны успевать за бурной динамикой когнитивных требований инновационной экономики в традиционном смысле, когда знания и компетенции, полученные и сформированные в стенах вуза, вполне применимы в ходе последующей практической деятельности. Однако в условиях, когда все в большей степени требуются знания «здесь и сейчас», ключевая задача университета заключается в расширенном *воспроизводстве созидательных смыслов и мотивов*, позволяющих выпускнику или другому потребителю образовательных услуг *самостоятельно расширенно воспроизводить и использовать собственные неявные знания и уникальные компетенции* в творчески-трудовой деятельности.

Следует подчеркнуть, что «бизнес со скоростью мысли» – это безусловный приоритет неявных знаний и уникальных интеллектуальных компетенций, что, по сути, требует радикальной перестройки всей научно-образовательной парадигмы деятельности современного университета. Роль КАЦ как базы знаний в этих условиях приобретает

критическое значение для устойчивого развития вуза с точки зрения системного инструмента минимизации транзакционных издержек при поиске новейших форм и технологий воспроизводства неявных знаний и создания креативного духа в рамках сетевых сообществ и современных корпораций. Отсутствие форм и методов инновационного «образования со скоростью мысли», как реакции на одноименный бизнес, актуализирует риск перманентного отставания университета от требований хозяйственной практики, а также формирует реальную угрозу деинтеллектуализации и постоянного отставания знаний и компетенций, которыми владеют управленческие, научные и педагогические кадры вуза. Естественным итогом такой деинтеллектуализации станет падение как таковых оснований конкурентоспособности учебного заведения.

В-шестых, современный рынок образовательных услуг характеризуется растущей *многосубъектностью* при одновременной диверсификации, разнообразия и противоречивости экономических интересов и интеллектуальных потребностей всех участников рыночных взаимодействий. Сегодня к «традиционным» продавцам и покупателям образовательных продуктов, а также к государству, заинтересованному в подготовке кадров для инновационного развития экономики, добавляются следующие субъекты:

а) общественные и региональные структуры, а также социальные группы, выступающие как *социокультурные эксперты*, озабоченные качеством предоставляемых услуг именно как общественных благ и заинтересованные в масштабной интеллектуализации научно-образовательной деятельности высших учебных заведений как общего основания воспроизводства положительных экстерналий;

б) работодатели, выступающие как *профессиональные эксперты*, осуществляющие непрерывный поиск собственников высококачественного человеческого и интеллектуального капитала и заинтересованные в прогрессивном развитии рынка данного капитала как функции качества воспроизводства научно-образовательных услуг;

в) родители и в целом домохозяйства, выступающие как *психологические эксперты*, формирующие образ (основа имиджа) и мнение (основа репутации) об источнике образовательных продуктов и заинтересованные в том, чтобы время и денежные средства домохозяйства (в форме накоплений, кредитов и др.) были использованы с наивысшей результативностью;

г) сами «традиционные» потребители образовательных продуктов все в большей степени реализуют функцию *личностной «креативно-карьерной» экспертизы* предлагаемых образовательных услуг, что детерминируется растущим стремлением к формированию *индивидуальных образовательных траекторий*, в рамках которых студенты и другие субъекты обучения делают ставку на самостоятельный поиск и оценку качества знаний и компетенций, которые предлагает университет;

д) наконец, непосредственно сами производители научно-образовательных продуктов должны активно выступать в роли *интеллектуальных экспертов*, осуществляющих критический анализ собственной научно-образовательной деятельности, воспроизводя соответствующие услуги в режиме естественной заинтересованности в неуклонном повышении качества и наиболее полного удовлетворения растущих потребностей обучающихся.

Отмеченные положения, характеризующие состояние и динамику современного рынка образовательных услуг, определяют и конкретизируют задачи деятельности Центра, решение которых обеспечит университету высокий уровень ментально-смысловой, социокультурной, институциональной, а также финансово-экономической устойчивости и, следовательно, конкурентоспособности на основе минимизации соответствующих рисков и своевременного предотвращения внешних и внутренних угроз. Интегральные задачи Центра, определяемые динамикой современного рынка образовательных услуг и обеспечивающие **повышение уровня конкурентоспособности университета**, формулируются следующим образом:

Во-первых, это исследование современных тенденций глобализации рынка образовательных услуг и на этой основе разработка научно-практических рекомендаций в сфере «мягкой» интеграции университета в систему общемировых научно-образовательных транзакций. Решение данной задачи позволит предотвратить угрозу «выпадения» вуза из общего контекста развития мирового рынка образовательных услуг, а также минимизировать риск принятия низкоэффективных решений в области соответствующей управленческой практики.

Во-вторых, это поиск наиболее эффективных форм интеграции университета и его научно-учебных структур и подразделений в виртуальное и сетевое научно-образовательное пространство при соответствующем информационно-когнитивном и экспертном обеспечении данного процесса в форме создания и развития Когнитивного Аналитического Центра, интегральная доходность которого состоит в масштабном сокращении внутренних и внешних транзакционных издержек. Решение данной задачи позволит успешно «включиться» научно-образовательным подразделениям университета в открытое сетевое и виртуальное пространство и минимизировать растущую угрозу когнитивного отставания от ведущих мировых учебных заведений, а также осуществить профилактику риска его «выпадения» из доходных потоков сетевых и виртуальных взаимодействий.

В-третьих, это решение творческой задачи поиска и обоснования конкретных форм и инструментов обеспечения высокого уровня конкурентоспособности университета как механизма диалектического единства конкуренции и сотрудничества в сфере воспроизводства научно-образовательных продуктов. Решение отмеченной задачи позволит минимизировать риск эрозии доверительных отношений в сфере взаимодействия субъектов рынка образовательных услуг, а также осуществить профилактику угрозы ослабления либо даже подрыва деловой и креативно-интеллектуальной репутации университета.

В-четвертых, это поиск путей и разработка механизма действенной интеграции результатов научной деятельности и образовательной практики в рамках университета, что призвано обеспечить высокое качество университетского интеллектуального капитала и, следовательно, растущую конкурентоспособность (коокуренцию) вуза на рынке научно-образовательных продуктов. Решение данной научно-практической задачи позволит обеспечить высокое качество принимаемых управленческих решений и минимизировать риск потери конкурентоспособности научной и образовательной продукции университета, а также предотвратить внутреннюю угрозу масштабных инновационных «креативно-когнитивных» дисфункций, обусловленных растущей дезинтеграцией научной и образовательной деятельности.

В-пятых, это исследование путей, форм, методов и способов придания исследовательского ракурса образовательному процессу, что предопределяется императивом расширенного воспроизводства, прежде всего неявных знаний как научно-педагогических кадров, так и обучающихся; это требует превращения научно-образовательных (учебно-научных) департаментов университета в самостоятельные центры креативных научных и образовательных технологий.

Решение задачи формирования «образования со скоростью мысли» позволит разработать действенные рекомендации для создания новой парадигмы управления научно-образовательным процессом вуза, что предотвратит риск губительных последствий инерционности ментальных научно-образовательных моделей различных субъектов деятельности. Это также станет профилактической мерой в сфере защищенности вуза от угрозы деградации университетского интеллектуального капитала, потери репутации вуза и его конкурентоспособности на соответствующих рынках.

В-шестых, это исследование путей и инструментов создания и воспроизводства экономико-психологического и экономико-социологического механизма оптимизации интересов и созидательного использования мотивационных «каркасов» всех субъектов,

действующих на современном рынке образовательных услуг. Успешное решение данной задачи позволит предотвратить риск разработки неоптимальной стратегии социально-экономического развития университета, а также минимизировать угрозу ослабления его репутации на основе качественного обновления экзогенного и эндогенного социального капитала.

Решение отмеченных задач Центра далее концептуально рефлексировано в форме релевантных направлений деятельности, конкретных и даже «точечно-инъекционных» мероприятий и инструментов.

4. Интегральные направления деятельности и конкретизация задач Центра по повышению качества образовательных услуг

Решение отмеченных выше общих задач Центра в сфере повышения уровня конкурентоспособности университета объективно требует системного подхода к проблеме, а также лидерских качеств субъектов управления, призванных осуществлять соответствующую деятельность. Следует подчеркнуть, что императив органического единства научной и образовательной деятельности делает вполне резонным замену понятия «образовательные услуги» на новый релевантный термин «научно-образовательные услуги» (НОУ). Важнейшие направления функционирования Центра в сфере повышения качества НОУ и, следовательно, повышения уровня конкурентоспособности университета, а также конкретизация соответствующих задач выглядят следующим образом.

Первое направление – это анализ состояния и перспектив развития глобального (мирового) рынка НОУ и на этой основе разработка научно-практических рекомендаций для повышения эффективности и качества деятельности университета в области создания рыночно ориентированных научно-образовательных продуктов. Конкретизация задач в рамках данного направления деятельности представляется как конкретизация самой деятельности в отмеченном направлении, включающей следующие звенья:

Во-первых, это всестороннее изучение опыта научно-образовательной деятельности общепризнанных, лучших мировых и национальных университетов, генетически конституирующих внутреннюю логику и направленность развития мирового рынка научно-образовательных услуг. Особое внимание резонно уделить новым учебным структурам, не подверженным влиянию традиционных ментальных моделей.

Во-вторых, это исследование форм и методов межгосударственного участия в институционализации мирового рынка НОУ, а также изучение роли и места транснациональных и многонациональных корпораций в развитии данного рынка и определении требований к качеству соответствующих продуктов. В связи с этим целесообразно проанализировать опыт работы наиболее известных в мире корпоративных университетов, а также опыт и формы создания самообучающихся корпораций.

В-третьих, это анализ общемировых тенденций, связанных с формированием шестого технологического уклада (биотехнологии, нанотехнологии и др.), и выявление новых требований к мировому научно-образовательному сектору, предъявляемых мировыми флагманами социально-экономических инноваций. Кроме того, следует включиться в дискуссию, связанную с возникновением седьмого (социокультурного) технологического уклада общественного развития.

В-четвертых, это поиск путей, форм и методов наиболее эффективного включения университета в мировой рынок и его «мягкой» интеграции в систему общемировых научно-образовательных транзакций с четкой фиксацией существующих преимуществ, а также потенциальных возможностей разработки и предложения мировому рынку уникальных «домашних» НОУ.

В-пятых, это детальный анализ, четкая формулировка, характеристика и оценка рисков и угроз экономической безопасности университета, инспирируемых новыми тенденциями развития мирового рынка НОУ и особенностями мировой инновационной

экономики, а также разработка конкретных рекомендаций, способствующих высокоэффективному управлению этими рисками и минимизации соответствующих угроз.

В-шестых, это создание и развитие базы знаний и соответствующих когнитивных онтологий (генетических схем формирования нового знания), аккумулируемых в Когнитивном Аналитическом Центре вуза, а также постоянное развитие этих онтологий с учетом реальной динамики мирового рынка НОУ и собственных потребностей инновационного развития университета.

Второе направление – это деятельность Центра в сфере разработки новых форм, методов, моделей и инструментов создания виртуальных и сетевых научно-образовательных структур вуза, а также разработка механизма, обеспечивающего высокоэффективное функционирование виртуальных и сетевых научно-образовательных структур. Конкретизация этой деятельности объективируется в решение единого блока следующих конкретных научно-практических задач.

Во-первых, необходимо исследовать и охарактеризовать общие тенденции виртуализации и сетевизации как такового социального и экономического пространства, включающего виртуальные и сетевые корпорации, одноименные рынки конечных экономических благ, сообщества потребителей, а также соответствующие экспертные системы и структуры управления.

Во-вторых, важным представляется анализ существующего отечественного и зарубежного опыта формирования виртуальных, сетевых, электронных образовательных структур и на этой основе разработка конкретных рекомендаций по совершенствованию существующих в университете, а также по созданию новых форм и способов дистанционного, виртуального и сетевого обучения.

В-третьих, следует осуществить практическую разработку высокоэффективной «модели виртуальной (сетевой) кафедры», «модели виртуального (сетевого) департамента», «модели виртуального (сетевого) института», а также других соответствующих моделей научно-образовательных структур университета; при этом сам Центр должен продемонстрировать высокую эффективность виртуальных и сетевых форм научно-образовательной деятельности.

В-четвертых, разработать модель смешанной, или интегрированной формы научно-образовательного процесса, сочетающей в себе очные (живой контакт обучаемого с обучающим) и виртуальные аспекты (самостоятельный поиск студентами материала в релевантных развивающихся базах знаний); при этом сетевые методы научной и образовательной деятельности всех субъектов имеют место как в очной, так и в виртуальной формах рассматриваемого процесса.

В-пятых, в рамках КАЦ разработать модель базы знаний в форме соответствующего портала, простота использования которого, а также реальное наполнение новейшими знаниями мотивировала бы всех субъектов научно-образовательного процесса активно использовать КАЦ в управленческой, научной и образовательной деятельности.

В-шестых, постоянно анализировать качество научно-образовательных продуктов, воспроизводимых в рамках виртуальных и сетевых сообществ университета, департаментов и кафедр; изучать, обобщать и распространять опыт создания и функционирования данных сообществ, а также разрабатывать рекомендации для внутривузовской институционализации и стандартизации их деятельности.

В-седьмых, исследовать противоречивые последствия и сопутствующие риски внедрения виртуальных и сетевых форм научно-образовательной деятельности для объектов интеллектуальной собственности университета и его структур, включая отдельных личностей; между тем, особую значимость приобретает анализ рисков и угроз, связанных с игнорированием либо недостаточным вниманием виртуальным, сетевым и электронным формам НОУ; периодически разрабатывать рекомендации по профилактике данных рисков и минимизации соответствующих угроз.

Третье направление – это деятельность Центра по созданию университетской модели «кооперации» (единства кооперации и конкуренции), или органического единства традиционной конкуренции и нетрадиционных форм и методов межвузовского и иного, связанного с ним, сотрудничества в области расширенного воспроизводства НОУ. Конкретизация данного направления деятельности Центра предполагает организацию и проведение следующих теоретико-методологических исследований и решение прикладных творческих задач.

Во-первых, предстоит решить важнейшую экономико-лингвистическую задачу, связанную с логико-гносеологическим анализом таких понятий, как «конкуренция» и «сотрудничество», а также «конкурентоспособность» и «конкордоспособность»; следует методологически, то есть на качественном уровне определить «удельные веса» конкуренции и конкордности в рамках развивающихся форм междууниверситетского сотрудничества.

Во-вторых, представляется необходимым исследовать существующий отечественный и зарубежный опыт кооперации и межфирменной конкордности высших учебных заведений и наукоемких корпораций с тем, чтобы разработать формы и методы его созидательного применения в практической деятельности университета.

В-третьих, следует разработать практические рекомендации и алгоритм управленческой деятельности в сфере формирования и развития междууниверситетского и внутриуниверситетского доверия как важнейшего фактора «социально-экономической доходности» и «интенсификатора» функционирования университетского социального капитала; исследовать механизм, формы и способы инвестирования различных факторов производства в расширенное воспроизводство доверительных отношений.

В-четвертых, исследовать формы и методы формирования и развития внутриуниверситетского и междууниверситетского, личного и институционального доверия; показать и конкретизировать роль и место доверительных отношений в формировании добавленной стоимости в рамках НОУ, а также высокого уровня конвертируемости научно-образовательных услуг на соответствующем рынке.

В-пятых, выявить и распространить опыт лучших практик конкуренции в форме сотрудничества (конкордоспособности) и развития системы доверительных отношений отдельных структур университета (сетевых креативных групп, кафедр, департаментов и др.); принять участие в разработке соответствующих рейтингов доверительных отношений на различных уровнях социально-экономических взаимодействий.

В-шестых, обосновать необходимость и принять активное участие в разработке концепции развития социального капитала университета, а также подготовить практические рекомендации в области соответствующих его организационных изменений; включить проблемы воспроизводства корпоративных социальных активов и развития системы корпоративного доверия в образовательные стандарты и в алгоритмы формирования соответствующих знаний и компетенций выпускников вуза.

В-седьмых, разработать механизм мониторинга оценки социально-экономической эффективности кооперации и конкордоспособности университета и его структур и на этой основе создать «динамическую матрицу» возникновения возможных рисков принятия управленческих решений и введения определенных институтов, инспирирующих появление внешних и внутренних угроз социально-экономическому благополучию вуза; создать механизм профилактики риска эрозии доверительных отношений и угрозы потери университетом репутации интеллектуального лидера на рынке НОУ.

Четвертое направление – это создание действенного механизма интеграции научной и образовательной практики, что является ключевым императивом повышения уровня конкурентоспособности и конкордоспособности университета, а также системным фактором расширенного воспроизводства и перманентного обновления интеллектуального капитала всех его сотрудников. Масштабность проблем в рамках данного направления, а также сложность преодоления существующих ментальных моделей,

связанных с традиционным восприятием «различий» научной и образовательной деятельности предопределяют необходимость решения следующих конкретных научно-практических задач:

Во-первых, это теоретико-методологическое обоснование единства творчества, с которым связана, прежде всего, научная деятельность, и познания, с которым непосредственно увязывается образовательный процесс. Следует всесторонне обосновать высокую «скорость сближения» названных процессов, что объективно предопределяется высокой скоростью развития инновационных процессов в экономике и общественной жизни в целом; ускорение воспроизводственных циклов инноваций более не «оставляет шансов» для анклавного функционирования научных и образовательных структур высшего учебного заведения.

Во-вторых, это всесторонний анализ прогрессивных форм и методов интеграции науки и образования, имеющих место в ведущих отечественных и зарубежных университетах; в рамках КАЦ необходимо предусмотреть специальный раздел, накапливающий и обновляющий новейшие знания, аккумулируемые по итогам мониторинга интеграции научной и образовательной деятельности в лучших вузах страны и за рубежом.

В-третьих, это постоянный поиск, выявление и обобщение передового опыта интеграции научной и образовательной деятельности в департаментах и на кафедрах университета с последующей фиксацией соответствующих знаний и наработок в КАЦ и других носителях контекстной информации. Необходимо разработать формы и инструменты обмена опытом данной деятельности как внутри университета, так и с участием других заинтересованных субъектов рынка научно-образовательной продукции.

В-четвертых, это разработка и внедрение в научно-образовательный процесс обновленных норм и правил (возможно, университетских стандартов) в сфере формирования и развития персональных, а также кафедральных научных школ и направлений исследовательской деятельности при их одновременной непосредственной увязке с образовательным процессом. Ключевыми аспектами функционирования научных школ должны стать: а) научная новизна проводимых исследований и получаемых результатов; б) участие студентов, аспирантов и молодых преподавателей.

В-пятых, это исследование путей и выявление форм и способов вовлечения студентов в поисковую, творческую деятельность с первых же дней обучения в университете, что позволит формировать у них инновационную ментальную модель в области восприятия новой информации, а также полноценное (каузальное, сущностное) креативное мышление и навыки «исследовательского образа жизни» как ключевого императива в системе формируемых знаний и компетенций.

В-шестых, это создание модели научной школы в рамках Центра (на основе существующих и разрабатываемых научных концепций его сотрудников) и демонстрация форм и методов интеграции результатов, проводимых исследований в практику образовательной деятельности соответствующих кафедр и департаментов, а также показ форм привлечения студентов и аспирантов к исследовательской деятельности.

В-седьмых, это прогноз и оценка рисков, связанных с «торможением» институционализации процессов интеграции научной и образовательной деятельности в департаментах и кафедрах вуза; требуется конкретизация формулировок внешних и внутренних угроз экономической безопасности университета, проистекающих от многоуровневых «институциональных завалов» и «традиционных» ментально-смысловых моделей, препятствующих преодолению разрыва в сфере научной и образовательной деятельности.

Пятое направление – это деятельность Центра по разработке и внедрению в научно-образовательную практику креативных технологий самообразования и творческой самореализации как обучающихся, так и обучаемых. «Бизнес со скоростью мысли» не оставляет шансов для вузовской концепции формирования у студентов «прочных знаний»; сегодня требуется концепция «прочных знаний о том, как воспроизводить новые знания». В свете сказанного, задачи Центра могут быть конкретизированы следующим образом.

Во-первых, необходимо провести комплекс исследований в области анализа и оценки современных форм и методов расширенного воспроизводства неявных знаний, а также в области «майевтики» – науки о том, как неявные знания формализуются и объективируются в промежуточные и конечные продукты творчески-трудовой деятельности; цель проводимых исследований состоит в обосновании исследовательского приоритета: управление неявными знаниями становится ключевым звеном общей системы управления корпоративными знаниями.

Во-вторых, в связи с безусловным и растущим приоритетом неявных знаний в общей их системе следует осуществить ряд поисковых экономико-психологических и экономико-социологических исследований, характеризующих императивные требования современного рынка научно-образовательных услуг к *творчески-трудовым качествам выпускников вузов*, что предопределяет требования к содержанию и качеству функционирования всех уровней и структурных подразделений высшего учебного заведения.

В-третьих, с учетом возросшей и ключевой роли неявных знаний в современной инновационной экономике требуется разработать рекомендации и конкретные предложения по формированию новых компетенций, связанных, с одной стороны, с «*креативизацией*» научно-образовательного процесса в университете, а с другой стороны, со способностью (компетенцией) выпускника создавать творческую атмосферу как в рамках собственной деятельности, так и в рамках деятельности определенной организации.

В-четвертых, разработать *модель сетевой креативной кафедры* с последующей демонстрацией форм и методов ее деятельности по воспроизводству научно-образовательных продуктов и формированию творческих компетенций как у сотрудников кафедры, так и у обучающихся; при этом данная кафедра может быть создана за пределами университета, например, на каком-либо наукоемком предприятии либо в аналогичной организации.

В-пятых, исследовать существующие, а также разработать новые формы и методы формирования *инновационного типа экономического мышления* и генерации инновационных идей сотрудниками учебно-научных подразделений вуза и, следовательно, выпускниками; разработать предложения по созданию неформальных «клубов по интересам» как организационной формы консолидации и развития креативной элиты университета.

В-шестых, на основе изучения отечественного и зарубежного опыта научно-образовательной деятельности вузов, а также требований современной инновационной экономики разработать ментальную и ценностно-смысловую *модель креативного выпускника*, способного самостоятельно формировать креативное пространство, а также непрерывно генерировать инновационные идеи как индивидуально, так и в рамках организуемых корпоративных и иных (в том числе сетевых) брейнстормингов.

В-седьмых, постоянно разрабатывать новые, именно *креативные научно-образовательные технологии*, способствующие формированию и развитию креативного потенциала научно-педагогических кадров и студентов всех форм и видов обучения. Данные технологии должны стать ключевым признаком интеллектуального капитала департаментов и кафедр; при этом департаменты и кафедры становятся, соответственно, «центрами» и «опорными пунктами» креативных научно-образовательных технологий.

В-восьмых, требуется постоянный прогноз, выявление, анализ, мониторинг, оценка и профилактика рисков, связанных с недооценкой роли и значения неявных знаний и, соответственно, принятием нерелевантных управленческих и иных решений в рамках вуза и его научно-учебных подразделений. Недооценка отмеченных рисков с неизбежностью приведет к эрозии университетского интеллектуального капитала и его «размыванию» как ключевого источника добавленной стоимости научно-образовательных продуктов.

Шестое направление – это деятельность по формированию и развитию основ для создания и расширенного воспроизводства творчески-трудовой синергии как «мультипликатора» добавленной стоимости научно-образовательного продукта, образуемого путем целенаправленной оптимизации и гармонизации экономических интересов всех субъектов рынка научно-образовательных услуг. Конкретизация путей и наиболее общих форм и способов решения данной проблемы непосредственно увязывается с решением следующих творческих задач.

Во-первых, необходимо исследовать сущность, содержание, формы проявления, а также проанализировать динамику системы социально-экономических интересов в рамках всего научно-образовательного сектора экономики; впоследствии важно разработать «*карту-схему*» экономических интересов университета и на этой основе определить «*точки противоречивого касания*» с последующими рекомендациями по профилактике возникающих здесь противоречий.

Во-вторых, исследовать содержание современных теоретических парадигм и научно-практических концептов в сфере формирования и управления *мотивами и смыслами*, а также в области форм и способов *смыслопроизводства*, что позволит научно обоснованно разрабатывать рекомендации по наиболее эффективному использованию «*мотивационно-энергетического*» потенциала сотрудников вуза и всех участников рассматриваемого рынка.

В-третьих, изучить мировой и отечественный опыт выявления, оценки и управления динамикой социально-экономических интересов в научно-образовательном секторе экономики, а также показать возможности и конкретные пути *использования данного опыта* в практической деятельности университета и его соответствующих структур в решении задач оптимизации данных интересов в процессе творчески-трудовой и иной деятельности соответствующих субъектов.

В-четвертых, разработать *формы и методы активного взаимодействия* научно-педагогического сообщества вуза с работодателями, общественными организациями, домохозяйствами и другими заинтересованными субъектами с целью создания благоприятного социокультурного, ментального, социального, энергетического и инвестиционного климата для совместного решения задач подготовки креативных выпускников университета.

В-пятых, вслед за исследованием форм и способов организационного сближения (интеграции) науки и образования необходимо исследовать формы и способы «*статусного сравнения и сближения*», определяющего «*интеграцию мотивов*», что связано с оптимизацией и гармонизацией профессиональных и, конечно же, экономических интересов прежде всего ученых-исследователей и профессорско-преподавательского состава. Суть «статусного сравнения и сближения» заключается в том, что ученые-исследователи и ученые-преподаватели должны точно знать соотношение своих «интеллектуальных весов» и условия «равновеликой взаимозаменяемости».

В-шестых, совместно с другими научно-исследовательскими структурами университета, а также соответствующими профессиональными сообществами разработать *модель «бесконфликтного» вуза*, департамента, кафедры, сетевого сообщества и др.; исследовать факторы «*доходности*» от бесконфликтного функционирования высшего учебного заведения и его структурных подразделений.

В-седьмых, исследовать механизм влияния процесса оптимизации и гармонизации экономических интересов субъектов-участников рынка научно-образовательных услуг на *формирование добавленной стоимости* воспроизводимой продукции; разработать качественные параметры и количественные показатели, оценивающие данное влияние, с целью повышения эффективности управления движением соответствующих мотивов, смыслов и интересов.

В-восьмых, выявить текущие и потенциальные риски, связанные с «*конфликтно-генностью*» экономических интересов всех участников рынка научно-образовательных

услуг, а также охарактеризовать угрозы экономической безопасности университета, проистекающие от неоптимальных и негармоничных форм актуализации и реализации экономических интересов всех субъектов рассматриваемого рынка.

Conceptual basis for improving the quality of the economy of the modern institution of higher education

This article explores the essence of university education economy, characterized by the overall design activity research center economics of education, enhance the quality of scientific and educational activities of the university. The features of modern education market, as well as determined and specified tasks research center economics of education to improve the competitiveness of the modern university. Reveals the general direction of this center to improve the economic efficiency of university education; identify and consider the total content of intellectual entrepreneurship as a systematic method of innovation and innovative activity center of the economics of education. The role of the center in the formation of value added scientific and educational product, available forms and methods of assessing the contribution of the research center economics education in improving the competitiveness of higher education.

Keywords: Economics of education and economics university education; research center of economics education; educational services market; the competitiveness of the modern university; the intellectual capital of the institution; intellectual entrepreneurship; intellectual security; scientific and educational product.

Boris Vapsovich Salikhov, Ph.D., Professor of Chair of Management and Marketing, Moscow Vitte University

Irina Sergeevna Salikhova, Ph.D., Associate Professor of Economy Science and Education Institute

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ВУЗА:
СУЩНОСТЬ И НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ
ИМПЕРАТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ**

Борис Варисович Салихов, д.э.н., профессор,
профессор кафедры менеджмента и маркетинга
Тел.: 8-903-684-42-58, e-mail: mgsusalikhov@yandex.ru
Московский университет им. С.Ю. Витте
<http://mviiv.ru>

Ирина Сергеевна Салихова, к.э.н., доцент кафедры экономики
Тел. 659-12-20; e-mail: mgsusalikhov@yandex.ru,
Институт образования и науки
<http://www.aknao.ru>

В статье исследуются некоторые теоретические проблемы интеллектуальной безопасности современного высшего учебного заведения, выявляются условия и факторы развития современного учебного заведения, обосновывается положение о том, что глубинным основанием интеллектуальной безопасности вуза является система безопасности его интегрированного интеллектуального капитала. В рамках теории системной парадигмы выявляются и исследуются основные ментальные, ценностные, смысловые и социальные угрозы интеллектуальной безопасности университета; предлагаются мероприятия по профилактике существующих и потенциальных угроз интеллектуальной безопасности высшего учебного заведения в интересах обеспечения устойчивого его развития и повышения уровня конкурентоспособности на мировом рынке образовательных услуг.

Ключевые слова: инновации, интеллектуальная безопасность, интегрированный интеллектуальный капитал вуза, образовательная услуга, угрозы интеллектуальной безопасности, ключевая компетенция вуза, системная парадигма.