УДК: 338.28

DOI: 10.14451/1.202.201

JEL: O 38 — Technological Change

ВЛИЯНИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА УНИВЕРСИТЕТА СО СТЭЙКХОЛДЕРАМИ НА ЗАНЯТОСТЬ И ОБОРОТ НОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2021 **Радько Н.**

Докторант PhD, Бизнес-Школа Хенли, Университет Рэдинга, Великобритания
Университет МГИМО, Россия, Москва

© 2021 **Коржова Н. А.**

Президент, доктор экономических наук, Финансовая Академия, Казахстан

© 2021 **Скиба М.**

Ректор, кандидат педагогических наук, Финансовая Академия, Казахстан

В целях распространения знаний за пределы академии, университеты взаимодействуют с различными участниками на разных этапах производства знаний. Для этого университеты создают экосистему для продвижения интерактивной модели инноваций. Они взаимодействуют с заинтересованными сторонами разными способами и посредством получения различных результатов, включая продажу объектов интеллектуальной собственности и создание спин-оффов и стартапов. Помимо создания новых предприятий, университеты оказывают сильное влияние на эффективность новых предприятий, представляя доступ к имеющимся контактам и производственным мощностям. Данная статья посвящена изучению вопросов влияния взаимодействия университетов с различными акторами на успех созданных в университете компаний.

Ключевые слова: предпринимательский университет, стэйкхолдеры, новые компании, занятость, оборот компании.

В ответ на изменения, произошедшие в экономике, роль университетов значительно изменилась и поменяла вектор с ориентации только производства новых знаний на получение прибыли или же так называемого третьего потока доходов и создание благ для общества. Исследования в области предпринимательских университетов и академического предпринимательства признают ведущую роль механизмов предпринимательства для повышения эффективности экономики и создания благ для общества в целом.

Однако повышение роли университетов в развитии предпринимательского общества подтолкнуло последние к рассмотрению более широких перспектив, включающих «более разнообразие в масштабах академического предпринимательства».

Современная литература в области предпринимательских университетов и академического предпринимательства связана с признанием меняющейся политики и исследовательских интересов академии и ориентации последней на интересы бизнес-компаний, в том числе коммерциализацию результатов исследований и распространение прав интеллектуальной собственности. Необходимо учитывать понимание

различного контекста развития предпринимательства, а также существующих участников (стейкхолдеров) и механизмов в целях повышения эффективности и успешности новых предприятий, созданных университетами.

Литература показывает, что стэйкхолдером может считаться «любая группа или индивид на кого может повлиять или кто влияет на достижение целей организации». В широком смысле слова стэйкхолдеры классифицируются как основные и второстепенные. Это связано с тем, что некоторые акторы более важны для организации в сравнении с другими на основе того влияния, которое они оказывают на нее. Также, обсуждение и классификация стэйкхолдеров основана на утверждении, что важность заинтересованных сторон связана с их потенциальным влиянием на организацию, которое выражается через такие факторы как легитимность, срочность и наличие власти. В большинстве случаев взаимодействие университетов с другими участниками экосистемы строится в рамках данных направлений.

На основе приведенного определения понятия стэйкхолдер (или же заинтересованная сторона) видно, что дефиниция достаточно общая

и дает множество возможностей для включения того или иного актора в список основных стейкхолдеров. Однако с теоретической точки зрения, концепт стейкхолдеров вызывает различные противоречия и критику. Подход подвержен критике за отсутствие нормативного контекста и за связанную с этим непрактичность его использования в стратегическом управлении и решении проблем.

Однако, по мнению основоположников теории, цель применения подхода стейкхолдеров не в том, чтобы предоставить решения для всех существующих в организации вопросов, связанных с заинтересованными сторонами, а в том, чтобы описать, как привлечь стейкхолдеров, создать ценность для организации и улучшить ее результаты. Рассмотрение взаимодействия между участниками процесса создания ценности является отличительными элементами концепции стейкхолдеров. Данная описательная модель, также признает, что она может иметь только косвенное нормативное содержание, которое определяет набор переменных, влияющих на достижение целей организации. Таким образом, можно сделать вывод, что применение концепции стейкхолдеров носит скорее практический характер, в то время как теория никогда не может предоставить все, что нужно практике, и, соответственно, различные дальнейшие разработки являются естественными.

Хотя высшие учебные заведения с течением времени оценивались по различным показателям, основанным на затратах (в том числе на R&D) и результатах (например, успехи выпускников, объемы научного финансирования), учет результатов от участия в предпринимательской деятельности также набирает популярность в последние два десятилетия. Это все показывает уровень и степень вовлечения соответствующих заинтересованных сторон в достижение результатов вклада университетов в развитие общества по итогам коммерциализации создаваемых знаний. Например, внутренние заинтересованные стороны будут всегда стремиться поддерживать преподавателей университета, а внешние заинтересованные стороны хотят получить информацию о ресурсах университета и возможных совместных проектах. Отношения с внешними акторами необходимы, с одной стороны, и взаимовыгодны, с другой, и организации должны решить, в какой степени и каким образом должно происходить взаимодействие.

Ясно, что понимание комплексности вопросов вовлеченности акторов является предпосылкой для эффективного управления высшими учебными заведениями, а успешное взаимодействие с заинтересованными сторонами также помогает нарастить конкурентное преимущество.

Таким образом, кто являются стейкхолдерами в организациях — это весьма сложный вопрос, особенно когда речь идет о колледжах и университетах. Недостаточно разделить стейкхолдеров высших учебных заведений на внешние и внутренние. Существуют теории и схемы классификации, которые помогают определить действительно важных акторов в процессе достижения целей университета. Администраторы высших учебных заведений, которые могут определить и понять наиболее важных стейкхолдеров и других лиц на университетском уровне, могут значительно обогатить свои знания, а также повысить результаты предпринимательской активности. Распознавание и умение четко понять роль стейкхолдеров в достижении целей организации всегда будет важной обязанностью руководителей высшего образования.

На основе проведения обзора научных и эмпирических публикаций, было выявлено, что в литературе имеются пробелы как в отношении понимания различных типов новых предприятий, создаваемых преподавателями и студентами университета, так и в отношении выявления степени влияния различных акторов на эффективность и успешность создаваемых компаний. Данная статья направлена на изучение имеющегося пробела и разработку практических рекомендаций по влиянию стейкхолдеров университета на эффективность создаваемых академией предприятий.

Результаты проведенного анализа показывают, что, в то время как одни стейкхолдеры влияют на занятость и оборот новых предприятий, созданных как преподавателями, так и студентами (промышленность, правительство), другие вносят свой вклад только в один из результатов компаний (только занятость или обороты компаний). Интересно, что наши результаты показывают, что в рамках опыта Великобритании, взаимодействие с Научными парками, расположенными за пределами университетов, оказывают негативное влияние на занятость и оборот создаваемых компаний.