

ДИСКУССИОННАЯ ПЛОЩАДКА

УДК 338.1

DOI: 10.26456/2219-1453/2022.1.263–276

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Я.Э. Дадаев¹

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова»,
г. Грозный

В статье рассмотрено появление и развитие коммерциализации высшего образования в контексте «академического капитализма». Проанализировано содержание и функции «предпринимательского университета». Целью статьи является исследование особенностей коммерциализации образования как современной мировой тенденции развития высшего образования. Актуальность работы обусловлена реформированием сферы высшего образования в нашей стране и необходимостью грамотного заимствования передового опыта ведущих стран. Определено, что коммерциализация означает переход системы высшего образования на рыночные отношения на основе внедрения новых методов управления, которые меняют ее положение в обществе, способствуют капитализации знаний и результатов научных исследований. Установлены особенности формирования процесса коммерциализации, среди которых наиболее значимыми являются изменение роли государства в сфере финансирования образования, трансформационные процессы в оказании образовательных услуг, диверсификация источников финансирования. Охарактеризована сущность понятий «коммерциализация», «комодификация» и «менеджеризм», обоснована их взаимосвязь в подходах трансформации образовательных учреждений по предоставлению образовательных услуг, а студентов – как потребителей. Сделан вывод о том, что предпринимательский университет является наиболее финансово успешной моделью образовательного учреждения, которая сочетает современные требования и традиционные ценности высшего образования на основе инновационной деятельности. Проведенный анализ научных статей и исследований позволил выявить различия процесса коммерциализации в зарубежных образовательных системах. Научная новизна полученных результатов заключается в обосновании такого феномена как «академический капитализм», позволяющего эффективнее использовать выгоды от академического предпринимательства образовательным организациям для достижения научно-технических, технологических и финансовых успехов.

Ключевые слова: *высшее образование; коммерциализация; комодификация; менеджеризм; академический капитализм; академическое предпринимательство; предпринимательский университет*

В современный период формирования информационного общества, основанного на знаниях, проблема соответствия высшего образования запросам времени приобретает особое значение. Устойчивое развитие каждой страны определяют знания, новые идеи, человеческий капитал, то есть высококвалифицированные образованные специалисты, способные работать творчески, находить новые, оригинальные решения тех или иных задач. Общим мировым трендом в XXI веке стала коммерциализация высшего образования, которая меняет институциональную природу образовательных учреждений как генераторов научных знаний и инноваций. В условиях глобализации высшее образование приобрело характер массификации, но стало дорогостоящим общественным институтом. Несостоятельность стран обеспечивать потребности высшего образования в полном объеме заставляет их отказываться от политики государственного протекционизма и бюджетного финансирования. За сокращение государственных расходов на содержание образовательных учреждений выступили также Всемирный банк, ВТО, ЮНЕСКО, ОЭСР, МВФ, считая, что качество образовательных услуг обеспечат рыночные механизмы и конкуренция между образовательными учреждениями. В результате во многих развитых странах начали переглядываться релевантность и принципы бесплатного предоставления студентам высшего образования, а университеты начали рассматриваться как предприятия по производству знаний и образовательных услуг.

Зависимость образовательных учреждений от дополнительных источников финансирования заставляла приспособливаться к новым условиям – конкурировать, бороться за репутацию, ресурсы, студентов. Благодаря предпринимательской деятельности у них появилась возможность привлекать лучшие профессорско-преподавательские кадры, обеспечивать высокое качество научных исследований, совершенствовать материально-техническую базу. Однако при этом возникли определенные противоречия между социальной миссией университетского образования, науки и рыночно-коммерческим использованием их достижений.

В начале XXI века маятник академической миссии университетов качнулся слишком далеко в сторону рынка. Общество имело бы больше преимуществ и условий для творческого развития за счет более сбалансированной академической среды, в которой университеты могли бы быть более приспособленными к широким общественным интересам и традиционным ценностям академической автономии и независимости. В большинстве стран университеты являются государственными учреждениями. «Университеты являются двигателями экономики знаний, но они служат гуманистическим и культурным целям общества» [1].

В современном мире экономическое благосостояние страны и ее граждан тесно связано с образованием. Это подтверждается тем, что между величиной валового внутреннего продукта (ВВП) на одного жителя и долей населения со средним профессиональным и высшим образованием, что соответствует третичному образованию по Международной стандартной

классификации образования, имеется статистически значимая положительная связь. Население Российской Федерации — одно из наиболее образованных в мире [5], уступая Ирландии и Канаде. Если рассматривать структуру образования, то более 40 % россиян (44 %) закончили СПО, свыше 50 % (55%) – высшее образование, окончили аспирантуру или докторантуру – 1 %. При этом, как отмечается в упомянутом докладе, средние показатели по странам ОЭСР составляют соответственно 17 %, 81 % и 3 %.

Анализ научных источников по указанной проблеме выявил, что наиболее основательно влияние коммерциализации на трансформационные процессы в сфере высшего образования исследуют: Д. Бок (D. Bok) [6], М. Ван дер Венде (M. C. van der Wende) [16], А. Хоган и Г. Томпсон (A. Hogan, G. Thompson) [10] и др. Сущность политики «академического капитализма», вопрос комодификации и маркетизации высшего образования рассматривают: Е. Дж. Хакетт (E. J. Hackett) [8], С. Слотер и Л. Лесли (S. Slaughter, L. L. Leslie) [15], Т. Хусси и Р. Смит (T. Hussey, P. Smith) [11], Г. Ритцер (G. Ritzer) [13]. Содержанию академического предпринимательства в структуре высшего образования и особенностям развития «предпринимательского университета» посвящены работы Б. Кларка (B. R. Clark) с соавторами [7], П. Шульте (P. Schulte) [14], С. Маргинсона и М. Консидайна (S. Marginson, M. Considine) [12] и др. Несмотря на значительное количество научных публикаций по данной проблеме, институциональные преобразования высшего образования под влиянием коммерциализации требуют углубленного изучения.

Цель статьи заключается в определении особенностей коммерциализации в системе высшего образования и анализе основных стратегий реформирования университетов.

Методологической и информационной базой работы стали научные исследования и публикации по проблеме коммерциализации в системе высшего образования. Поиск статей проводился по наиболее авторитетным базам научных публикаций (Scopus, Web of Science, Elsevier и e-LIBRARY). Во время проведения исследования использованы методы системного и логического анализа, обобщения информации.

Переход к инновационному типу экономического развития кардинально меняет роль науки, образования, государства и бизнеса как основных участников этого процесса и углубляет их интеграцию. Наиболее интенсивно этот процесс происходит с начала 1990-х годов, когда структурная перестройка в рамках инновационной экономики привела к либерализации рынка и приватизации социальных услуг, таких как образование и здравоохранение. Этому способствовало и включение сферы высшего образования в перечень услуг в рамках Всемирной организации торговли GATS. В ответ на эти тенденции происходит коммерциализация услуг образовательных учреждений, а система управления трансформируется по принципам менеджизма.

Образование является одним из главных инструментов для снижения бедности и закладывает основу для устойчивого экономического роста. В XXI веке университеты во всем мире призваны выполнять все больше и больше функций, часто – с меньшим набором ресурсов. Как результат, главные академические задачи могут рассеиваться (распыляться), а качество работы может ухудшаться. В эпоху глобализационных преобразований функциями образовательных учреждений становятся предпринимательская деятельность; образовательные учреждения становятся субъектами хозяйственной деятельности и жестко конкурируют между собой на рынке образовательных услуг. Перенасыщенность функций современных образовательных учреждений выдвигает определенные опасности по поводу основных задач университетов и выдвигает актуальные вопросы о целесообразности и полезности современных преобразований на рынке образовательных услуг [2].

Новой и весьма важной сферой деятельности образовательных учреждений в современном обществе стало академическое предпринимательство, которое включает в себя интеллектуальное предпринимательство в сфере образования и науки. На протяжении многих веков университетское образование воспринималось как деятельность, которая осуществляется в учреждении науки и знаний, а экономическая сторона университетской деятельности сводилась к поддержке инфраструктуры и деятельности профессорского-преподавательского и научного персонала.

Теперь ситуация кардинально изменилась. Все без исключения (государственные и частные) образовательные учреждения выступают самостоятельными игроками на очень конкурентном рынке образовательных услуг. Университеты под влиянием внешних факторов превращаются в экономические корпорации по производству и распространению знаний.

Университеты создают и поддерживают знания и технологии, которые используют производственные учреждения и формируют необходимые профессиональные навыки выпускников, а также внедряют научные инновации. Университеты внесли свой вклад в научно-экономическое развитие общества путем открытия научных парков и путем инвестирования в компании, использующие университетские знания. Общество все больше рассчитывает на университеты как учреждения по содействию экономическому и технологическому развитию. Университеты обеспечивают востребованное обществом высшее образование для важнейших сфер человеческой деятельности. Таким образом, осуществляется влияние на экономику и практические потребности общества. В связи с постоянно растущей сложностью экономики и промышленного производства, образовательные учреждения были обязаны обеспечить подготовку большого числа профессий. Первые университеты формировались как центры обучения для основных профессий того времени: право, религия, медицина, сельскохозяйственные, инженерно-технические и академические профессии.

Сегодняшние университеты в значительной степени ответственны за обучение руководителей предприятий, инженеров, архитекторов, социальных работников и многих других специалистов. Профессорско-преподавательский состав ВУЗов обеспечивает подготовку определенных специалистов, таких как школьные учителя и медицинские работники. Профессиональная роль высшего образования стала универсальной и более сложной.

«Академический капитализм является экономической категорией, которая характеризует деятельность образовательных организаций как прибыльных предприятий; использование результатов академической деятельности для получения прибыли» [2].

Среди причин, способствовавших возникновению «академического капитализма», необходимо выделить следующее:

1. Мощное развитие НТП, новейших технологий, информатизация общества, стремительный рост объемов новых знаний, проникновение во все сферы человеческой деятельности методов рыночной экономики, необходимость увеличения отдачи от бюджетных НИР, ускорения внедрения новых технологий и расширения распространения новых знаний, техники и технологий на огромное количество отраслей национальной экономики и сфер производственной деятельности стали предпосылкой рыночно-экономических преобразований в сфере науки и высшего образования.

2. Распространение государственной политики в отношении поддержки всех форм предпринимательства и бизнеса во всех сферах деятельности общества, а также необходимость усиления конкурентоспособности системы высшего образования, науки, технологий и промышленности на мировой арене стало причиной введения целого ряда мер для улучшения материальной заинтересованности к научным разработкам и внедрения результатов НИР, широкой коммерциализации результатов НИР, проектно-конструкторских разработок, ускорения трансфера технологий в производстве.

3. Важной причиной того, что «академический капитализм» образовался, как составляющая капиталистической экономической системы и начал развиваться именно в США, является существование в стране модели рыночной экономической системы, основанной на государственном содействии предпринимательской деятельности, мотивировании наиболее активной части населения, стимулировании развития новой техники и технологии, наиболее перспективных производств. Западная модель рыночной экономики исходит из идеи максимизации свободы экономической деятельности.

Таким образом, «академический капитализм» является интеллектуальной предпринимательской составляющей капиталистической экономической системы и непосредственно влияет на его подсистемы – производительные силы, технико-экономические отношения, производственные отношения и хозяйственный механизм. При этом академический капитализм является специфическим типом целостного процесса расширенного капиталистического воспроизводства,

распространения и потребления новых знаний, интеллектуального капитала и интеллектуальной собственности, техники, технологий, методов и приемов для создания инновационных средств производства, выявления новых ресурсов и инновационных методов хозяйствования.

В общем значении понятие «коммерциализация» (от англ. *commerce* – коммерция, торговля) означает вывод на рынок товаров или услуг с целью получения прибыли. Этот процесс предполагает создание новых продуктов или модификацию уже существующих и их реализацию. Главной целью коммерциализации и залогом достижения коммерческого успеха является соответствие создаваемого продукта требованиям рынка.

Как уже отмечалось, коммерциализация высшего образования – это мировая тенденция, которая имеет целый ряд интерпретаций и целый диапазон движения. Однако поиск условного универсального определения данного феномена в соответствующих современных исследованиях не дал должных результатов. Анализ научных публикаций дает возможность сделать вывод, что коммерциализация системы высшего образования означает переход образовательных учреждений на рыночные отношения, что меняет ее задачи и функции. Определяющими составляющими коммерциализации являются комодификация и менеджеризм. Комодификация (от англ. *commodity* – товар) представляет собой процесс, в ходе которого вид человеческой деятельности, который не имел ранее экономической ценности, обретает денежную стоимость и фактически становится товаром, востребованным на рынке. Комодификация образования является закономерностью рыночной экономики, которая трактует обучение как подготовку человеческого капитала к трудовой деятельности. Главным объектом купли-продажи в сфере образования является научный продукт. Статус товара получают все виды учебно-научной деятельности: дипломы, сертификаты, результаты исследовательских работ и т. п. Следствием комодификации процесса обучения становится углубление отраслевой специализации учебных заведений. Указанные процессы требуют изменения менеджмента деятельности образовательных учреждений, что приводит к применению механизмов и инструментов, присущих частному сектору экономики. Итак, коммерциализация означает переход системы высшего образования на рыночные отношения на основе внедрения новых методов управления, которые изменяют ее положение в обществе, способствуют товаризации знаний и результатов научных исследований.

Сферами применения коммерциализации являются наука, интеллектуальная собственность и технологии. Коммерциализация в науке – это практическое использование научных разработок, инновационных решений (научных трудов, изобретений и др.) в производстве товаров или оказании услуг с целью продажи их с максимальным коммерческим эффектом. Коммерциализация интеллектуальной собственности означает использование продуктов интеллектуального труда в коммерческой деятельности предприятий и организаций, а также передачу прав

интеллектуальной собственности на возмездной основе. Коммерциализация технологий направлена на получение дохода путем использования определенной технологии (как правило, современной, пользующейся спросом среди потребителей) или набора технологий путем удачного их сочетания и, как следствие, – создание уникального продукта. На уровне менеджмента этот процесс происходит путем приватизации государственных или создания частных образовательных учреждений, что предоставляет исключительные права контроля над ними.

Это означает, что коммерциализация образования происходит на двух уровнях – административном и учебном. Административный уровень требует управления образовательным учреждением как предприятием, и основной акцент сделан на поиск дополнительных финансовых ресурсов, новую политику найма и новые отношения между преподавателями и студентами. Коммерциализация на уровне обучения касается учебного процесса и акцентирует внимание на качестве профессиональной подготовки. В данной работе коммерциализация системы высшего образования рассматривается в широком смысле – как одно из ее наиболее важных структурных изменений.

Природу и сущность коммерциализации, ее позитивное и негативное влияние на систему образования основательно исследовал Дерек Бок (25-й президент Гарвардского университета, единственный, кто занимал эту должность дважды). В работе «Университеты на рынке: коммерциализация высшего образования» он отмечает, что коммерциализация имеет широкий круг поведенческих моделей и трендов, которые охватывают: во-первых, влияние экономических тенденций на университеты (например, увеличение количества кафедр, специализирующихся на информатике); во-вторых, влияние студенческих карьерных интересов на учебные программы (расширение программ, ориентированных на конкретную профессию, которая пользуется спросом); в-третьих, стремление к экономии университетских расходов (к примеру, увеличение числа преподавателей и студентов вместо профессоров); в-четвертых, использование административных методов управления, заимствованных из бизнеса. Все перечисленные механизмы и технологии нацелены на переход университетов на рыночные отношения и превращение специализированных знаний в прибыль [6].

Среди наиболее весомых факторов и особенностей коммерциализации высшего образования, кроме реакции на сокращение бюджетных ассигнований, М. ван дер Венде [16] называет растущее влияние частного капитала на университеты, появление новых возможностей для получения дохода через участие в разработке наукоемких технологий, обострение соперничества между университетами; размытость ценностных ориентиров академической науки. А. Хоган и Г. Томпсон [10] отмечают изменение роли государства в сфере образования, трансформационные процессы в формах и видах предоставления образовательных услуг, диверсификацию путей получения средств. Существенным фактором углубления коммерциализации

стало развитие экспорта образования и академической мобильности, что не только обеспечивает дополнительным источником доходов образовательные учреждения, но одновременно является индикатором привлекательности национальных систем образования.

Наиболее быстрыми темпами процесс коммерциализации проходит в англоязычных странах (Великобритании, США, Канаде, Австралии). Необходимость компенсировать сокращение государственного финансирования вынудило образовательные учреждения выходить на рынок через установление связей с частными структурами и продажу результатов своих научных разработок.

Приблизить университет к производственной организации и рассматривать его как предприятие, оказывающее услуги, а студентов – как потребителей, предложил в 1985 г. канцлер Бирмингемского университета Алекс Джарат [9]. Изложенные им положения легли в основу деятельности британских университетов, и с 1997 г. Великобритания признала оплату высшего образования официальной политикой правительства.

Стимулом коммерциализации высшего образования США оказались ее транснационализация и формирование глобального рынка образовательных услуг.

Согласно принятому закону Бея – Дойля университеты получили право распоряжаться интеллектуальной собственностью, созданной в процессе проведения научных исследований. Речь идет прежде всего о лицензировании и венчурном предпринимательстве, то есть участии университетов в создании новых бизнес-структур на базе собственных изобретений. Для обозначения важных структурных изменений в науке и зависимости профессиональных ученых от внешних источников финансирования Эдвард Хаккет предложил термин «академический капитализм» [8].

Шейла Слотер и Ларри Лесли характеризуют понятие «академический капитализм» более широко и трактуют его как рыночную или рыночно-образную (marketlike) деятельность образовательного учреждения по привлечению средств за счет увеличения количества ориентированных на рынок исследований и грантовых проектов, или студентов, способных предложить более высокую плату за обучение. Главными субъектами академического капитализма выступают «предпринимательско-ориентированные университеты» вместе со своим профессорско-преподавательским и научно-техническим персоналом и студентами. Преподаватели и студенты, по определению авторов, является сообществом капиталистов (предпринимателей), субсидируемых государством, поскольку используют аудитории и лаборатории как платформы, ресурсы и субсидии для создания рыночных продуктов или услуг [15].

В свою очередь, в публикациях ряда исследователей (С. Маргинсона, М. Консидайна, Т. Хасси, П. Смита и др.) [11; 12] звучат предостережения относительно превращения высшего образования из социального института в

коммерческую индустрию, а современного университета – в бизнес-единицу, агентство по продаже услуг. В полемической форме авторы доказывают, что коммерциализация несет угрозу для качества обучения и фундаментальных исследований, которые являются основой будущего общества. В литературе даже появился специальный термин «макдональдизация», введенный Г. Ритцером [13], что означает сведение высшего образования к оказанию квалифицированных услуг. Большинство ученых выступают за необходимость поиска компромисса между классическими ценностями и современными ориентирами развития образовательного учреждения.

Процессы коммерциализации высшего образования в континентальной Европе имеют свои особенности. Традиционно образование считается сферой ответственности государства, поэтому плата за него введена не во всех странах. Первой платную форму обучения в университетах среди немецкоязычных стран ввела Австрия (2001 г.); впоследствии подобная практика была распространена в части федеральных земель Германии; Финляндия и Швеция ввели платное обучение по специальным англоязычным магистерским программам для слушателей из стран, которые не являются членами ЕС и Европейской экономической зоны. Образовательные системы европейских стран отличаются разнообразием образовательных учреждений, моделей обучения, научных школ, децентрализацией и академической автономией. Стремясь сохранить свое многообразие и традиционные ценности, они проводят политику единого образовательного пространства.

Коммерциализации научных технологий в европейских странах имеет выраженный вектор автономности образовательных учреждений. Сначала их основное внимание было сосредоточено на повышении уровня конкурентоспособности учебных программ как первостепенного образовательного назначения университетов. Впоследствии аккумуляция знаний и разработка прогрессивных методик преподавания позволили генерировать эти знания в тех областях, которые были максимально ориентированы на экономически активного потребителя, – инновационные корпорации. Последние, в свою очередь, становятся источниками финансирования образовательных учреждений, что позволяет им создавать мощные научно-технические лаборатории и исследовательские центры. Университет при этом превращается в активного рыночного агента. В отличие от США, в Европе большинство научных разработок реализуются в рамках университетов. Это дает возможность продвигать на рынок результаты своих исследований, оформленных в виде инноваций. Учитывая природу и происхождение конечного продукта деятельности университета – инновации, он рассматривается как одна из форм инновационного предпринимательства.

Понятие «университетское предпринимательство» (как производное от «академического капитализма») означает способ передачи новых знаний и инновационных технологий от научной и образовательной сфер к частному

бизнесу. Основной формой коммерциализации результатов научной деятельности считается создание инновационных предприятий, которые функционируют в формах start-up, spin-off, spin-out и других, основанных на знаниях и ноу-хау.

Модель формирования академического (инновационного) предпринимательства в США имеет общие черты с моделью Великобритании. Она заключается в создании стартапов и фирм spin-off с привлечением преподавателей университетов, где ведущая роль отводится бизнес-структуре. Фирма выполняет управленческие функции и координирует работу над общим проектом, образовательное учреждение обеспечивает его выполнение. Данная модель предоставляет возможность университетам выходить со своими ноу-хау на глобальные рынки. Например, университеты Стэнфорда и Беркли (штат Калифорния), выполняя заказы со стороны крупных корпораций, фактически создали мировой центр высоких технологий.

Для европейских стран характерна модель, основанная на организации университетами фирм spin-out, которые выполняют научно-исследовательские работы по заказу ведущих компаний страны или региона. Координирует и контролирует деятельность таких фирм университет, который выступает непосредственным поставщиком идей, научных разработок, технологий. Очевидным преимуществом spin-out является то, что университетские исследовательские группы лучше понимают изобретения, технологии, научные разработки, которые необходимо продвинуть на рынок.

Интеграция образовательных учреждений и бизнес-структур способствует формированию новой (предпринимательской) модели университета – научно-образовательно-промышленного комплекса с академическим ядром. В научный оборот понятие «предпринимательский университет» ввел в 1998 г. профессор Калифорнийского университета (США) Бертон Кларк. Он же исследовал и впервые сформулировал концептуальные основы университета предпринимательского типа. Одним из основополагающих принципов его функционирования является понимание отсутствия в коммерциализации опасности для основных академических ценностей и качества образования [7]. П. Шульте определил пути реализации предпринимательской функции университета, указывая, что первый связан с подготовкой студентов к предпринимательской активности и самозанятости, второй – с предпринимательской деятельностью самого университета по созданию бизнес-инкубаторов, технопарков, дочерних фирм и т. д. [14].

Опыт развитых стран демонстрирует много примеров успешного сотрудничества между университетом и промышленностью в области инноваций и предпринимательства. Наиболее яркими из них является создание университетских исследовательских парков, таких как Кремниевая долина (Стэнфордский университет), Кембриджский научный парк (Кембриджский университет), Гарвардская лаборатория инноваций (Гарвардский университет) и др.

Высшее образование нашей страны столкнулось с теми же вызовами, что и западные образовательные учреждения. Современные тенденции развития высшего образования диктуют университетам новые законы выживания и победы в конкурентной борьбе. Схожий уровень образовательных технологий и аналогичные свойства образовательных услуг обеспечивают примерно равные условия для конкурирующих образовательных учреждений, и выигрыш в этой борьбе сегодня обусловлен способностью образовательного учреждения гибко следовать изменениям рынка. В настоящее время задачей образовательных учреждений является поиск новой формы существования, которая бы, с одной стороны, сохраняла основные функции и традиции университетов, а с другой, – позволяла бы интегрировать в себя новые предпринимательские подходы в деятельности образовательных учреждений с обеспечением рыночного измерения свободы всех сфер жизни университета и его деятельности. В условиях становления общества знаний именно предпринимательская активность всех субъектов системы высшего образования способствует повышению эффективности и экономической устойчивости образовательных учреждений, становится основой инновационного развития как образования, так и национальной экономики в целом.

Понятие и концепции «предпринимательского университета» достаточно тщательно исследовались и выносились на рассмотрение разными учеными и в разные годы. «Существуют различные определения термина «предпринимательский университет», поскольку феномен университетского предпринимательства относительно новый и представляет собой третью миссию ВУЗа наряду с продуцированием новых знаний и образовательно-воспитательной деятельностью» [4].

В начале XXI века сформировалась новая парадигма развития университетов – университетов предпринимательского типа, «функционирование которой требует от университета адаптации его отношений с окружающим обществом/основными стейкхолдерами, его внутренних процессов, основных ценностей, поиска новых инновационных способов его развития в современных условиях» [3].

Анализируя изложенное выше, отметим, что коммерциализация – это усиление влияния рыночных отношений на цели и задачи высшего образования, а также рост значимости знаний как ресурса экономического развития, фокусируется на экономической концепции, основанной на знаниях. Неоднозначное восприятие университетским сообществом сущности процесса коммерциализации порождает определенную одновекторность его оценки, что создает дополнительный барьер для модернизации высшей школы и дальнейшего развития системы высшего образования.

Исследование зарубежного опыта коммерциализации высшего образования приводит к выводу, что нашей стране целесообразно учесть мировые тенденции в этой сфере, в частности в плане внедрения модели

предпринимательского университета. Интеграция науки и сферы бизнеса на основе инноваций будет способствовать росту экономики страны и повышению благосостояния населения. С другой стороны, реализация сотрудничества между образовательными учреждениями и бизнесом, которая базируется на взаимном интересе и выгодном партнерстве, обеспечит практическую направленность учебного процесса, повысит качество подготовки будущих специалистов в соответствии с ожиданиями работодателей. Создание благоприятных условий для усиления сотрудничества образовательных учреждений с бизнесом требует предоставления университетам большей автономности в управлении образовательной деятельностью и предусматривает возможность участия в этом процессе бизнес-структур.

Список литературы

1. Дадаев Я.Э. Бизнес-образование и его влияние на уровень предпринимательства // ФГУ Science. Научно-аналитический журнал. Грозный. № 4. 2021. С. 17–27;
2. Дадаев Я. Э., Закриева З.М. Коммерциализация новых знаний и понятие «академический капитализм» // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2021. № 2 (54). С. 227–239;
3. Дадаев Я.Э. Концептуальные основы функционирования инновационно-активного университета // Материалы II всероссийской научно-практической конференции «Социально-экономические и финансовые аспекты развития Российской Федерации и её регионов в современных условиях». Грозный, 2021. С. 226–239;
4. Дадаев Я.Э. Определение предпринимательского университета и его роль в инновационном развитии // ФГУ Science. Научно-аналитический журнал. Грозный. № 4. 2021. С. 28–38;
5. Российское образование в контексте международных индикаторов: аналитический доклад, 2017. [Электр. ресурс].: <http://firo.ranepa.ru/novosti/56-obsuzhdaetsya/674-ros-obr-v-kontekste-mejdunar-ind#doklad> (дата обращения 19.11.2021);
6. Bok D. Universities in the Marketplace: The Commercialization of Higher Education / Bok D. Princeton University Press, 2004. 256 p.;
7. Clark B. R., Pergamon B. R., Clark B. C. Creating Enter-n preneurial Universities: Organizational Pathways of Transormation / Clark B.R., Pergamon B. R., Clark B. C. London & New York: Emerald Publishing Limited, 2001. 180 p.;
8. Hackett Edward J. «Science as a Vocation in the 1990s: The Changing Organizational Culture of Science» / Hackett Edward J. // The Journal of Higher Education, 1990. Vol. 61. No. 3. U.S.A.: Published by Ohio State University Press. P. 241–279;
9. History of the university in Europe / ed. by Ruegg W. Vol. 4. Cambridge, 2002–2011. 661 p.;
10. Hogan A., Thompson G. Commercialization in education. In: Oxford research encyclopedia of education / G. W. Noblit (ed.). Oxford University Press, United Kingdom, 2017. P. 1–19;

11. Hussey T., Smith P. *The Trouble with Higher Education: A Critical Examination of Our Universities* / Hussey T., Smith P. New York & London: Routledge, 2009. 168 p.;
12. Marginson S., Considine M. *The Enterprise University: Power, Governance, and Reinvention in Australia* / Marginson S., Considine M. Cambridge University Press, 2000. 288 p.;
13. Ritzer G. *The McDonaldization of Society*. 17th ed. / Ritzer G. SAGE Publications, 2012. 312 p.;
14. Schulte P. *The entrepreneurial university: a strategy for institutional development* / Schulte P. // London. *Higher education in Europe*. 1998. Vol. 29. Is. 2. P. 187–191;
15. Slaughter S., Leslie L. L. *Academic Capitalism. Politics, Policies, and the Entrepreneurial University (American Land Classics)* / S. Slaughter, L. Leslie. Baltimore, MA, U.S.A.: The John Hopkins University Press, 1999. 300 p.;
16. Van der Wende M. C. *Reframing Global Engagement* / Van der Wende M. C. // *International Higher Education*. 2017. Vol. 90. P. 10–12.

Об авторе:

ДАДАЕВ Якуб Элхазурович – старший преподаватель кафедры экономики и экономической безопасности отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова». Российская Федерация, 366041, г. Грозный, ул. А. Шерипова, 32. E-mail: dadaev.ya.82@mail.ru, ORCID: 0000-0002-8439-3360, SPIN-код: 2077-8230.

OPPORTUNITIES AND RISKS OF COMMERCIALIZATION OF HIGHER EDUCATION

Ya.E. Dadaev

FGBOU VO “Kadyrov Chechen State University”, Grozny

This article examines the emergence and development of the commercialization of higher education in the context of "academic capitalism". The author analyzes the content and functions of the "entrepreneurial university". The purpose of the article is to study the features of the commercialization of education as a modern global trend in the development of higher education. The relevance of the work is due to the reform of the sphere of higher education in our country and the need to competently borrow the advanced experience of leading countries. Commercialization means the transition of the higher education system to market relations based on the introduction of new management methods that change its position in society, contribute to the capitalization of knowledge and research results. The research analyzes the features of the formation of the process of commercialization among which the most significant are the change in the role of the state in the field of financing education, transformational processes in the provision of educational services, diversification of funding sources. The author defines the essence of the

concepts "commercialization", "comodification" and "managementism", their interconnection and the approaches to the transformation of educational institutions for the provision of educational services, and students - as consumers. It is concluded that an entrepreneurial university is the most financially successful model of an educational institution that combines modern requirements and traditional values of higher education based on innovation. The analysis of scientific articles and research has revealed the differences in the process of commercialization in foreign educational systems. The scientific novelty of the results obtained lies in the substantiation of such a phenomenon as "academic capitalism", which allows educational organizations to more effectively use the benefits from academic entrepreneurship to achieve scientific, technical, technological and financial success.

Keywords: *higher education; commercialization; comodification; managerialism; academic capitalism; academic entrepreneurship; entrepreneurial university*

About the author:

DADAEV Yakub Elkhazurovich – Senior Lecturer, Department of Economics and Economic Security of Industries and Enterprises, FGBOU VO “Kadyrov Chechen State University”. Russian Federation, 366041, Grozny, ul. A. Sheripova, 32. E-mail: dadaev.ya.82@mail.ru, ORCID: 0000-0002-8439-3360, SPIN-код: 2077-8230.