

УДК 338.24/ 005.95

ТРЕТЬЯ МИССИЯ УНИВЕРСИТЕТА И ЕЕ РОЛЬ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ВУЗА

З.К. Тавбулатова, д.э.н., доцент, профессор кафедры финансов, кредита и антимонопольного регулирования ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова»

Х.Г. Чаплаев, доцент кафедры экономики и управления в образовании ФГБОУ ВО «Чеченский государственный педагогический университет»

Известно, что первые две миссии университета – это обучение и исследования. Данная статья посвящена анализу деятельности вуза с позиции выполнения им своей немаловажной роли как субъекта, выполняющего третью важную миссию. Проведен обзор источников литературы зарубежных ученых, отмечающих третью миссию университета как вклад образования в социальный прогресс, когда университеты не только производят новые знания, но и участвуют в социальных и экономических процессах, протекающих на территориях и в стране в целом. Сделан вывод о том, что третья миссия вуза включает в себя социальную и предпринимательскую предприимчивость и способность к инновациям.

It is known that the first two missions of the university are teaching and research. This article is devoted to the analysis of the activities of the university from the position of fulfilling its important role as a subject fulfilling the third important mission. A review of the literature sources of foreign scientists noting the third mission of the university as a contribution of education to social progress, when universities not only produce new knowledge, but also participate in social and economic processes taking place in the territories and in the country as a whole. It is concluded that the third mission of the university includes social and entrepreneurial entrepreneurship and the ability to innovate.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, стратегия развития вуза, человеческие ресурсы, стратегический процесс, третья миссия вуза, общество, социализация, проектная и волонтерская деятельность в вузе

Keywords: strategic management, university development strategy, human resources, strategic process, the third mission of the university, society, socialization, project and volunteer activities at the university

Система стратегического управления человеческими ресурсами в образовательных организациях, понимаемая как особый вид профессиональной деятельности, детерминирует уровень компетентности организации вообще и уровень компетентности персонала в частности [2].

Для осмысления качества использования человеческих ресурсов и поддержания эффективности их компетентности университету необходимо понимание качества человеческих ресурсов, которые имеют отношение к

производительности труда, что необходимо для выполнения стратегических задач. Для современного университета понимание его общественной миссии, которая рассматривается как «третья миссия» приобретает особое значение. Это определено не столько мировой практикой развития крупнейших университетов, но и тем фактом, что генерация знаний и научных результатов, которыми занимается университет, должна формировать инновационный потенциал не только внутри университетского сообщества, но и стать основой, драйвером движения и возможностью технологического, гуманитарного развития всего местного сообщества. Для региональных университетов это особенно важно, так как они зачастую выступают центрами интеллектуальной активности населения территории, являются площадками инновационного трансфера и аккумуляторами новых идей и технологий. Необходимость реформирования стратегии возникает в результате анализа организациями степени совместимости отношений, поведения, знаний и возможностей их текущих человеческих ресурсов и руководства с их требованиями с точки зрения бизнес-целей и стратегий для поддержания и повышения организационной эффективности [2,3].

Сегодня в литературе гуманитарного толка не сложилось единого понимания «третьей миссии» университетов, хотя уже существуют рейтинги университетов в рамках данной деятельности и транслируются практики реализации этой миссии со стороны разных образовательных учреждений. Большинство ученых рассматривают третью миссию как вклад образования в социальный прогресс, когда университеты не только производят новые знания, но и участвуют в социальных и экономических процессах развития территории и страны [4]. Известно, что первые две миссии университета – это обучение и исследования. Третья миссия состоит в том, что университеты расширяют генерируемые знания вне академической среды на благо общества.

Согласно IGI Global 2018, третья миссия относится к дополнительной функции университетов в контексте общества знаний, когда университеты должны взаимодействовать с социальными потребностями общества и запросами рынка, связав деятельность вуза с собственной социально-экономической ответственностью как организации, ориентированной на общественное развитие [7]. The Russel Group определяет третью миссию как деятельность, связанную с генерацией, использованием, применением знаний и других возможностей университета вне академической среды [9]. Marhl & Pausits рассматривают третью миссию как средство, позволяющее университетам расширять сотрудничество и обмен с обществом [8].

Эти и другие подобные трактовки третьей миссии университета напоминают нам об актуальности общественной роли университетов и их вклада в региональное развитие. Хотя многие считают эти концепции полезными, некоторые



исследователи утверждают, что третья миссия иногда создает проблемы, особенно когда внешние заинтересованные стороны, такие как промышленность, правительство, сообщество, отдельные лица или аналогичные организации, продвигают их корыстные интересы и личные интересы в отношении университетов. Zhou, С. предлагает тщательно изучить динамику сотрудничества и взаимодействия университета с другими заинтересованными сторонами, в частности, чтобы увидеть, кто руководит сотрудничеством и взаимодействием, и в чем выгода этих отношений [13]. Rubens et al отмечают изменение роли и ожиданий университета, профессорско-преподавательского состава и административного персонала, когда осуществляется внешняя, в частности, предпринимательская деятельность вовне [10].

Zomer & Venneworth рассматривают некоторые социальные сдвиги и их последствия для высшего образования. Одним из ключевых сдвигов для них является конкурентоспособность и насущный императив полезности университетов, что часто выступает результатом давления со стороны политиков способствовать решению насущных общественных проблем. Они указывают на то, что политики стали все больше осознавать экономическую и политическую ценность университетов в стимулировании инновации для социального прогресса, что и подтолкнуло университеты к принятию общественной ответственности как своей третьей миссии [14].

В отечественной литературе этому также посвящено немало работ, которые излагают похожие взгляды на природу третьей миссии университета и выражают определенные сомнения в возможности реализации всего спектра ответственности в рамках декларируемой миссии, которую пытаются возложить на университеты региональные власти [1].

Изучив различные мнения научного мира на понимание третьей миссии вуза, необходимо определить авторскую позицию по этому вопросу. Отчет Russel Group об экономическом воздействии университетов указывает на прямое и косвенное влияние образования и исследований как миссий университета на социально-экономическое развитие местного сообщества. Прямое воздействие образования заключается в том, что студенты получают экономическую отдачу от получения квалификаций высшего образования и косвенное воздействие на культурно-социальное развитие общества [12].

Прямое влияние исследования как университетской миссии состоит в получении доходов, связанных с этой деятельностью, а косвенное определяется поддержанием производительности, экономического роста и трансфера инноваций в экономическую среду региона. Montesinos, et al указывают, что третья миссия «обслуживает общество» и имеет 3 измерения, например; некоммерческое – социальный подход, ориентированность на

предпринимательскую деятельность и инновационное приближение [9]. Другими словами, третья миссия включает в себя социальную и предпринимательскую предприимчивость и способность к инновациям. Marhl & Pausits предлагают следующие элементы для характеристики вклада университетов в реализацию своей третьей миссии: человеческие ресурсы, интеллектуальные собственности, спин-оффы, контракты с промышленностью, контракты с государственными органами, участие в формировании политики, участие в общественной и культурной жизни и общественное понимание науки. [8].

Могут ли все университеты широко принять третью миссию и реализовывать проекты такой направленности? Следует признавать, что университеты, ориентированные на образование как основную функцию, могут активно заниматься социальным взаимодействием, в то время как университеты, ориентированные в большей степени на исследовательскую деятельность, склонны заниматься инновационным измерением. В то же время университеты, ориентированные в первую очередь на рынок труда, так называемые массовые университеты, что характерно для региональных университетов, склонны ориентироваться на развитие предпринимательской активности.

Однако университеты с определенной направленностью или сочетанием двух или трех направленностей могут участвовать в одном или нескольких измерениях, хотя интенсивность их деятельности по третьей миссии может отличаться.

Российские региональные университеты в настоящее время ориентированы на развитие третьей миссии в рамках социального проектирования и предпринимательской активности. Связано это с тем фактом, что именно в регионах, университеты выполняют роль центров социально-экономической активности по всем сферам и становятся не только образовательными площадками, но и инициаторами региональных социальных проектов, а также берут на себя роль экспертных центров для региональной власти [5].

Известно, что Россия демонстрирует значительные инвестиции в исследования по сравнению со многими странами. Именно поэтому в нашей образовательной системе университеты исследовательской ориентации в первую очередь концентрируют свое внимание на этой направленности третьей миссии.

С другой стороны, историческая традиция, социализация национального развития формирует условия для осуществления третьей миссии для российских университетов в рамках социальной деятельности. Социальная активность как культурный код россиян прочно укоренилась, социальная динамика в истории

нашей страны значительно повлияла на такое поведение образовательных учреждений [6].

Вместе с тем, ряд университетов начали проводить систематическую работу по расширению своего участия в общественной жизни своего региона или макрорегиона, налаживанию тесных связей с производством и бизнесом, вовлечению в университетскую жизнь представителей местного сообщества.

В заключении следует сказать, что реализация третьей миссии российскими университетами в разнообразных форматах и формах, начиная от использования инфраструктуры вузов для проведения региональных и городских мероприятий, развития волонтерских и социальных проектов [4] и до использования результатов интеллектуальной деятельности на предприятиях или использования научного сообщества как экспертного при реализации региональных проектов, требует признания понимания университета не просто предпринимательской или социальной организацией, а целостного образовательного учреждения способного создавать знания, их транслировать, передавать результаты знаниеёмкой деятельности и расширять взаимодействие с заинтересованными лицами, ориентированными на поддержку таких миссий университета.

Список литературы

1. Бахмин В. И. Вузы и местные сообщества – инструмент инновационного развития регионов: Аналитический обзор. 29 августа 2017 г. [Электронный ресурс]. – URL: https://civil-forum.ru/news/vuzy-i-mestnye-soobshchestva-instrument-innovatsionnogo-razvitiya-regionov-analiticheskiy-obzor-vyach.html?sphrase_id=1807.
2. Джулагов С-М.М., Муслимов И.З., Темирсултанов Р.А., Тавбулатова З.К. Развитие стратегического управления в сфере образования. В сборнике: Бизнес и образование в условиях цифровой экономики // Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – 2020. – С. 114–119.
3. Сулумов И.О. Ключевые аспекты формирования эффективной проектной группы в инновационном коллективе. В сборнике: Экономическая безопасность и управление инновациями // Сборник статей по итогам международной научно-практической конференции. Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А. – Саратов, 2020. – С. 26–32.
4. Сулумов И.О., Тавбулатова З.К., Магомадов М.М. Роль лидера в формировании стратегии повышения творческой отдачи членов проектных инновационных групп. В сборнике: Миллионщиков-2020// Материалы III



- Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 100-летию ФГБОУ ВО «ГГНТУ им. акад. М.Д. Миллионщикова». – Грозный, 2020. – С. 360–365.
5. Тавбулатова З.К., Чаплаев Х.Г. Методологические подходы к управлению и технологии разработки эффективной стратегии развития региональных вузов // Вестник ГГНТУ. Серия: Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2022. – Т. 18. – № 2 (28). – С. 24–31.
 6. Щелкунов М. Д. Университеты нового поколения // Вестник экономики, права и социологии. – 2017. – № 1. – С. 187–192.
 7. IGI Global (2018). What is University's Third-Mission? Retrieved November 23, 2018, from <https://www.igi-global.com/dictionary/universities-third-mission/51708>.
 8. Marhl, M., & Pausits, A. (2011). Third Mission Indicators for New Ranking Methodologies. *Evaluation in Higher Education*, 5(1), 43–64.
 9. Montesinos, P., et al (2008). Third Mission Ranking for World Class Universities: Beyond Teaching and Research. *Higher Education in Europe*, 33(2/3), 259–271.
 10. Rubans, A. et al (2017). Universities' third mission and the entrepreneurial university and the challenges they bring to higher education institutions. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(3), 354–372.
 11. Spiel, C. (2017). How education can promote social progress. Retrieved on November 26, 2018, from <http://iauptriennial2017.com/wp-content/uploads/2017/07/ys-1-keynotespiel-christiane.pdf>.
 12. Russell Group (2017). The economic impact of Russell Group Universities. Retrieved, November 25, 2018, from <https://russellgroup.ac.uk/media/5608/the-economic-impact-of-russell-group-universities.pdf>
 13. Zhou, C. (2008). Emergence of the entrepreneurial university in evolution of the triple helix. The case of Northeastern University in China. *Journal of Technology Management*, 3(1), 109–126.
 14. Zomer, A., & Benneworth, P. (2011). The Rise of the University's Third Mission. In Enders, J., et al (2011) Eds., *Reform of Higher Education in Europe*. Rotterdam: Sense Publishers. Pp.81–101.