



**Университет «Туран»**

**К.А. Тазабеков**

**К разработке  
«Дорожной карты трансформации  
университета «Туран»  
в инновационно-предпринимательский  
университет»**

**Тезисы**

**Алматы  
2016**

УДК 378  
ББК 74.58  
Т 12

Под общей редакцией  
**Алшанова Р.А.**, доктора экономических наук, профессора,  
президента Академии экономических наук Казахстана,  
вице-президента Инженерной академии РК

Т 12 **Тазабеков К.А.**

К разработке «Дорожной карты трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет». Тезисы. – Алматы: Университет «Туран», 2016. – 36 с.

ISBN 978-601-214-283-9

В постиндустриальную эпоху в развитых странах мира возникла и стала определяющей новая модель университета – предпринимательский университет (ПУ). В тезисах всесторонне раскрыты основные черты ПУ и обосновывается необходимость перехода ведущих вузов Казахстана к новой модели функционирования. Подробно изложены основные направления «Дорожной карты трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет».

Тезисы будут интересны руководителям вузов и их подразделений, осуществляющих переход к инновационно-предпринимательскому университету.

УДК 378  
ББК 74.58

ISBN 978-601-214-283-9

© Тазабеков К.А., 2016  
© Университет «Туран», 2016

# **I. ИМПЕРАТИВНОЕ ТРЕБОВАНИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ (ПРЕОБРАЗОВАНИЙ, ИЗМЕНЕНИЙ) КАЗАХСТАНСКОГО УНИВЕРСИТЕТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ОБУСЛОВЛИВАЕТСЯ ВНЕШНИМИ И ВНУТРЕННИМИ ФАКТОРАМИ**

1.1 В эпоху перехода человечества от индустриального общества через общество знаний к обществу инноваций инновационная деятельность наравне с обучением и научными исследованиями является третьей миссией университетов. Подготовка инноваторов.

1.2 Образование все более погружается в рыночную среду. Увеличение удельного веса интеллектуальной собственности в национальном богатстве. Усиление роли нового игрока инновационной экономики – «университета рыночного типа».

1.3 Интернационализация образования. Образование как наднациональное явление. Необходимость изучения принципов деятельности мировых лидеров университетского образования.

1.4 Новые образовательные технологии и интервенция образовательного рынка «третьих стран». «Акулы» университетского образования у нас. Деятельность Лондонского открытого университета. Международные оракулы: в 2030 году во всем мире останется несколько крупных университетов.

1.5 Инновационный путь развития Казахстана и создание условий для массового техно- и социопредпринимательства. Закон РК «О коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности» (2015 г.). «Государственная программа развития образования и науки Республики Казахстан на 2016–2019 годы».

1.6 Конкуренты не спят.

Предложения инициативной группы:

1) законодательно признать «предпринимательский университет»;

2) разбить все вузы на 3 группы.

Предлагается вузы из 3-й группы оставить без предоставления автономии.

## II. МЕСТО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ В ИННОВАЦИОННУЮ ЭПОХУ

### 2.1 Эволюция университетов

Тысячелетняя история. Реформа в начале промышленной эпохи: из средневекового университета врачей, юристов и теологов – в естественнонаучный университет ученых и инженеров.

**Вильгельм фон Гумбольдт** (1767–1835 гг.) о 4 основных функциях так называемого классического университета: 1) производство знаний; 2) накопление и хранение знаний; 3) передача знаний; 4) распространение знаний.

В конце XIX в. в результате так называемой первой научной революции образовательная модель университета была трансформирована в исследовательский университет, объединяющий науку и образование.

**К. Ясперс** (1949 г.): задача университета тройственна – исследование, передача знаний (образование) и культура.



В результате так называемой второй научной революции (вторая половина XX в.) на смену классическому университету «усвоения» знаний приходит неклассический университет «рождения» новых знаний.

С конца XX в. человечество обсуждает следующую модель эволюции университета – предпринимательскую модель.

## 2.2 Основные черты предпринимательского университета (ПУ)

История ПУ начинается с создания Силиконовой (Кремниевой) долины в Калифорнии (конец 40-х и начало 50-х гг. XX в.). Союз между бизнесом и Массачусетским технологическим университетом.

В Европе первый университет предпринимательского типа появился в 1994 г. в университете Халмерса (Гетеборг).

Впервые термин «предпринимательский университет (институт)» использовал в 1998 г. британский исследователь **Бертон Кларк** в книге «Создание предпринимательских университетов. Организационные пути трансформации».

Автором концепции «предпринимательского университета» является профессор Стэнфордского университета **Генри Ицковиц**.

### Основные черты предпринимательского университета

1. ПУ занимается социальным предпринимательством. **П. Друкер** считал, что «предпринимательство нельзя отнести ни к науке, ни к искусству – это конкретная деятельность, практика».

Суть университетского антрепренерства (предпринимательства) сводится к 4 моментам, определенным еще **Й. Шумпетером** (1883–1950 гг.): 1) стремление к нововведениям (инновациям); 2) умение рисковать; 3) вера в собственные силы; 4) ощущение собственной независимости. Предприниматель занимается «креативным разрушением» и осуществляет новые комбинации ресурсов.

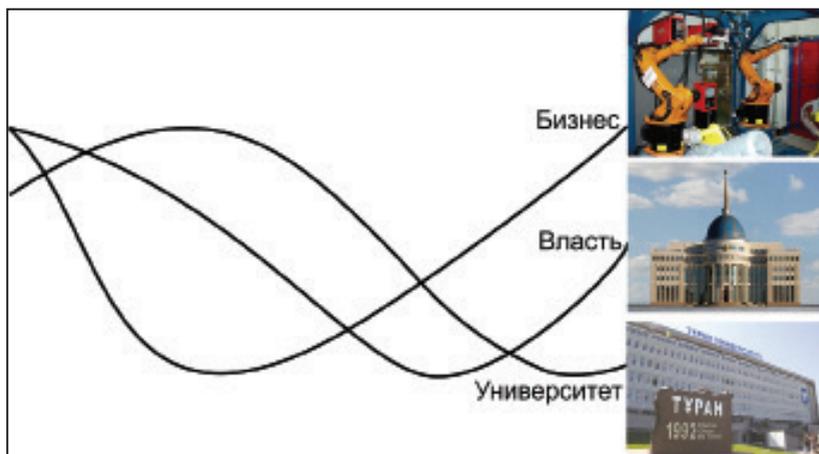
2. ПУ имеет многоканальную систему финансирования своей деятельности. Потенциальные источники: 1) реализация образовательных услуг; 2) издание и реализация учебно-методической литературы; 3) привлечение средств от бизнеса через совместные коммерческие проекты; 4) поступления от выполнения региональных заказов; 5) государственные заказы; 6) выпускники; 7) международные филантропические организации. Фандрейзинг. Эндаумент.

3. ПУ постоянно инициирует новые виды деятельности. Усиление конкуренции и диверсификация деятельности. Маркетинговая служба. Поиск возможностей за пределами имеющихся (контролируемых) ресурсов и инноваций. Технопарковое окружение и технопарковое мышление.

4. ПУ перманентно осуществляет глубинную трансформацию своей внутренней силы. ПУ – это амбициозные цели + эффективные организационные изменения. Предпринимательской организации нужен новый баланс между наукой, образованием и инновацией.

Инновационность и проектная ориентированность пронизывают и образование, и научные исследования. Происходит смена образа профессионализма. Утверждается междисциплинарный командный стиль работы. В научных исследованиях упор делается прежде всего на прикладные исследования и производство инноваций.

5. ПУ модифицирует взаимодействие с внешней средой, включая и международные связи. Многообразие взаимоотношений ПУ с партнерами принято рассматривать через призму принципа «Тройной спирали» Г. Ицковица.



В основе модели «Тройная спираль» лежат следующие утверждения Г. Ицковица: 1) принцип возможности совместной предпринимательской деятельности бизнеса, власти и университета; 2) в модели власть, бизнес и образование вплетены друг в друга, и в инновационной экономике университет играет главную роль; 3) взаимоотношения между указанными субъектами становятся все ближе, и границы между ними постепенно стираются.

Возрастание роли ПУ объясняется тем, что они формируют механизмы, способные как «генерировать» знания, так и доводить их до практического применения. Акселерационные программы. Успешные **start-up** – стартапы («начало процесса»), новые команды в основном из молодых людей, **spin-off** – спинофы («раскрутка», «сопутствующий результат»), реорганизация путем выделения дочерних компаний для коммерческой раскрутки.

Глобальное информационное общество и укрепление международных связей. Крупные ПУ позиционируются как международные. Политика межцивилизационной синергии. Европейцы учились у американцев, мы должны учиться и у тех и у других, еще и у китайцев.

Таким образом, ПУ – это:

- 1) университет-предприниматель в пределах его миссии;
- 2) университет-инноватор. Инновационны его субъекты, инновационна его деятельность, инновационен его продукт;
- 3) университет-интегратор. Все его субъекты «заточены» на конечный результат. Его деятельность органично «вписана» в региональное сообщество. Он участник «стратегического альянса» совместно с ведущими отечественными и зарубежными вузами.



### III. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ «ДОРОЖНОЙ КАРТЫ ТРАНСФОРМАЦИИ УНИВЕРСИТЕТА «ТУРАН» В ИННОВАЦИОННО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Цель преобразования:** обеспечить лидирующее место среди отечественных вузов и конкурентные позиции на глобальном рынке образовательных услуг и исследовательских программ.

2 ключевых понятия: «предпринимательство» и «инновация».

**Предпринимательство** – это любая инициативная деятельность, направленная на получение выгоды (материальной и нематериальной), деятельность, всегда связанная с риском.

Функции предпринимательства:

- 1) маневрирование имеющимися ресурсами;
- 2) новаторство;
- 3) несение бремени риска;
- 4) максимализация доходов.

**Основные черты предпринимателя (по Й. Шумпетеру)**

1. Изобретательность.
2. Настойчивость в достижении целей.
3. Готовность рисковать.

Современная трактовка предпринимательства как инновационного типа хозяйствования с элементом риска.

Расширительная трактовка предпринимательства как культурной инновации, осуществляемой не только в бизнес-сфере, но и в гуманитарной и естественнонаучных областях.

А.Р. Червитц (2002 г.): предпринимательство – это не бизнес, это установка на овладение миром, это процесс культурной инновации.

**Инновация** – это новая ценность для потребителя, она должна отвечать нуждам и желаниям потребителей.

Инновация – трансформация идеи в продукт или услуги, востребованные рынком, или улучшенный процесс производства, или новый метод повышения уровня общественного благосостояния.

В постиндустриальном обществе насущная необходимость инновации на всех уровнях социальной структуры возрастает:

<b>1. Государственный уровень</b>	<b>2. Институциональный уровень</b>	<b>3. Индивидуально-личностный уровень</b>
Инновационная политика государства	Инновационность фирм, учреждений и институтов	Творческие инновационные способности личности

### **Виды инноваций**

1. Технологические.
2. Социальные.
3. Продуктовые.
4. Управленческо-маркетинговые.

Социальные инновации – это новый способ обновления жизнедеятельности социума: образование, обслуживание, система управления, социальной помощи и разрешения социальных конфликтов.

Инновационное предпринимательство – это процесс создания и коммерческого использования технико-технологических и социогуманитарных нововведений.

Предприниматель нацелен на инновацию в отличие от «мещанина» или «бюрократа».

Современная глобальная экономика стоит на 3-х китах:

- 1) знания;
- 2) технологии;
- 3) предпринимательской инициативе.

Миссии предпринимательского университета (ПУ):

- 1) культурно-образовательная;
- 2) научно-исследовательская;
- 3) инновационно-предпринимательская.

ПУ гармонично сочетает 2 организации: научно-образовательную и предпринимательскую и решает 2 задачи: 1) готовит будущих предпринимателей и 2) сам выступает как предприниматель-инноватор.

### Матрица университетского антрепренерства (предпринимательства)

Преодоление ресурсных ограничений Инновационное предпринимательство	Преодоление дефицита человеческих ресурсов	Преодоление дефицита финансовых ресурсов	Преодоление дефицита информационных ресурсов
Преодоление ограничений в сфере генерации знаний	60%	50%	40%
Преодоление ограничений в сфере преподавания	40%	60%	30%
Преодоление ограничений в сфере внедрения знаний в практику	70%	90%	80%



Исходное: активное просветительство в учреждении просвещения. Просветительская миссия: успех инновационной деятельности зависит от восприятия и готовности принять новые тенденции руководством и коллективом университета.



В любой компании персонал делится на 2 части: творческий и стандартизированный. Принцип вовлечения: начинать с тех, кто в наибольшей степени готов и способен к созданию и реализации различного рода пионерных проектов. Ставка на пассионариев-инноваторов.



Стратегическое видение и определение долгосрочного курса университета и перспективных видов его деятельности. Имеется миссия – предназначение университета. Определиться с другими видами миссии.

**Инновационная экосистема – это система самоотбора**



**3. Гибкая организационная структура**

Амбициозные цели должны подкрепляться эффективными организационными изменениями. Управленческие инновации как сверху, так и снизу.

Принцип: каждый руководитель подразделения должен обосновать необходимость существования его подразделения **в измененном** виде.

В Стратегии развития университета **автономия вуза** – важнейшая предпосылка для того, чтобы «Дорожная карта трансформации университета «Туран» в инновационно-предпринимательский университет» претворилась в жизнь. Автономия позволит университету разработать свои миссии, профили и деловые модели, отражая относительную силу каждой из сторон «Треугольника знаний» (образование – исследования – инновации).

#### **IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ РАБОТА И ПРЕПОДАВАНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

Главный принцип организации ПУ – это гармоничное объединение трех базовых видов деятельности:

1. Научных исследований (получение знаний)

2. Образования, включая и воспитание (передача знаний и умений)

3. Инноваций (применение знаний)

Меняется **цель** образования:

- ♦ в классическом высшем образовании – передача прошлого опыта;
- ♦ в инновационном высшем образовании – формирование облика будущей созидательной деятельности.

Лейтмотив инновационного образования:

«Не догонять прошлое, а создавать будущее».

**Суть** инновационно-предпринимательского образования – это новые знания, новые умения и навыки и новая методологическая культура.

В ПУ учебный процесс – это:

1. Академические занятия.  
2. Самостоятельная работа студентов с учебной литературой

+

1. Передача:  
- практических знаний и навыков;  
- опыта предпринимательства;  
- опыта инновационной деятельности

### **Новая образовательная парадигма**

Знания конструируются самим студентом с помощью собственной образовательной активности при направляющем участии преподавателя.

Меняется **модель** образования:

В традиционной, «знаниевой» модели целью является передача знаний и формирование у обучающихся ЗУН: знаний – умений – навыков

В инновационной, экспериментальной модели образовательный процесс строится как решение проблемы и подразумевает **высокую самостоятельность обучающегося**

### **Смена образа профессионализма**

1. Нет плановой системы распределения выпускников.  
2. Нет института наставничества на предприятиях и в учреждениях.  
3. Выпускник сталкивается с жесткими законами рынка

1. Не столько «прочные знания», сколько «креативные компетенции».  
2. И профессиональная подготовка, и первоначальная социализация выпускника в стенах университета.  
3. Инновационная «доводка» специалистов

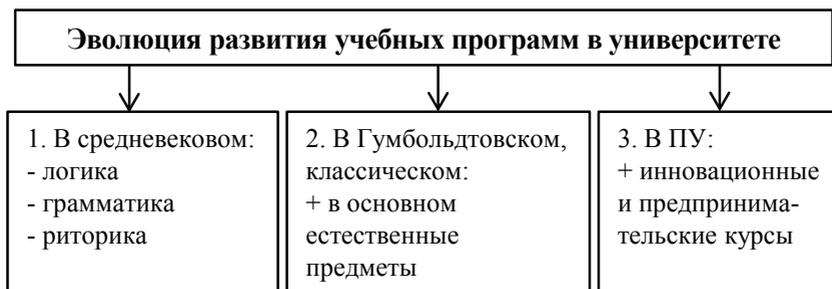
## Основные тенденции в инновационном образовании

1. Новая эпистемическая (от греч. **episteme** – знание) система. Переход к неклассической эпистемологии – теории познания, свободной от фундаментализма, жестких нормативных требований и наукоцентризма. Акцент делается на интуицию, здравый смысл, социологические исследования и методы «case studies». Резко меняется соотношение между фундаментальными (глубоко теоретизированными) и прикладными науками (исследованиями). Наступает век прикладников и прагматиков.

2. Исчерпала себя «сциентистская» (от лат. **scientia** – наука, знание) модель обучения с ее «предметным» обучением. Осуществляется переход от предметно-ориентированной технологии к культуросетрической (лично-ориентированной). Происходит размывание традиционных дисциплинарных границ. Преодоление «дисциплиномиопии» (миопия – близорукость) в учебном процессе путем формирования и укрепления междисциплинарных связей.

3. Замена неконкретных знаний «навыками и мочами». Опасность усвоения контрпродуктивных знаний. Мотивация к изучению теоретического материала идет от потребностей решения практических задач. При этом избежать «макдонализации высшего образования» – неоправданной подмены фундаментальных исследований практикоориентированными. Происходит усиленное сокращение так называемых «старых» дисциплин в силу их бесполезности и невостребованности.

4. Возрастание темпов появления (обновления) новых учебных дисциплин.



Решение проблемы оторванности молодого специалиста от социально-экономических реалий. Усиление практического аспекта образования. Включение исследовательских разработок. Развитие образовательных программ по предпринимательству позволит «вырастить» не только будущих успешных предпринимателей, но и предприимчивых профессионалов.

5. В соответствии с новой моделью образования – переход к новой образовательной технологии, обеспечивающей **освоение деятельности** в отличие от **усвоения суммы знаний**.

Суть проектного образования: студент должен делать полезную, осмысленную работу, решать реальные задачи из сферы будущей профессиональной деятельности и передавать их решения реальному потребителю. Образование как проектирование ситуации в условиях неопределенности.

Преподаватель создает условия. Студент – не приемник информации, а строитель собственного знания. От «усвоения» – к «порождению» знаний. Стандарты **CDIO** («задумай – спроектируй – реализуй – управляй»).

Методы «case studies», основанные на практике, обучение в команде. Моделирование квазиинститутов государственного регулирования и рыночной экономики. Занятия в виде деловых игр: занятие-аукцион, занятие-суд, занятие-пресс-конференция и т.д.

6. На современном этапе особняком стоят вопросы информатизации образования.

Информатизация образования – процесс обеспечения сферы образования методологией и практикой разработки и оптимального использования современных информационных технологий.

В учебном процессе на смену мономедийной модели (только визуальному обучению) приходит мультимедийная модель, включающая в себя текстовую, графическую, анимационную, видео- и звуковую информацию.

Появились новые понятия – «образовательная платформа», «виртуальная образовательная среда», «управляемая образовательная среда».

Понятие «образовательная платформа» интегрирует в себя многообразные возможности на базе средств ИКТ, обеспечивает автоматизацию управления учебным заведением и интерактивное взаимодействие между субъектами образования на локальном и глобальном уровне. Возрастание роли виртуального образования, дистанционного обучения.

Основной преградой, сдерживающей использование вышеуказанных инновационных методов, выступает трудность, а порой невозможность сопряжения их реализации с требованиями существующих образовательных стандартов, так называемая «оглядка» на госстандарты. ВОУД. В развитых странах ПУ активно занимаются поиском путей, которые помогают им избежать диктата со стороны правительства и стандартизации своей деятельности.

Борьба за статус и автономию. Высокая динамика образовательных стандартов ПУ. Стандартизация и дифференциация. Новые знания, которые работают в противовес знаниям, отвечающим академическим стандартам. Каждый ПУ имеет свои оригинальные разработки в образовательных программах. Добиваться увеличения реализуемых новых учебных программ и дисциплин в режиме эксперимента. Кардинальное решение – прохождение международной аккредитации.

Диаграмма сфер деятельности преподавателя-профессора (стр. 17).

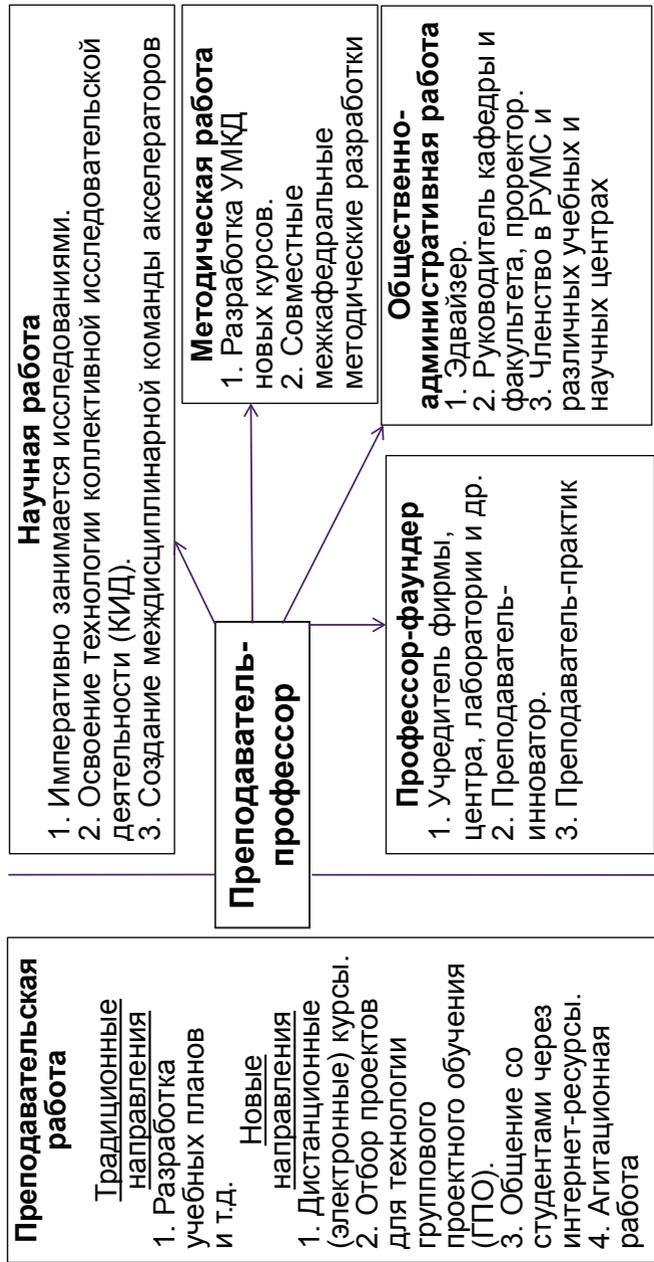
1. Инерционность преподавательской экосистемы: привычка людей воспроизводить тот способ передачи знаний, посредством которого знания получили они сами.

2. Университет вправе ставить перед ППС задачу учить студентов не тому, чему он может научить, а тому, что надо внешней среде.

3. Принимая на работу преподавателей и продвигая их по карьерной лестнице, университет должен учитывать их заслуги по трем сторонам «Треугольника знаний».

4. Новый признак высокого профессионализма: участие в образовательном, исследовательском и инновационном процессах.

## Диаграмма сфер деятельности преподавателя-профессора



## **V. НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИННОВАЦИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

Будущее общество – это общество знаний и инноваций. Главная функция современного университета – подготовка инноваторов. Особая форма предпринимательства – знаниевое предпринимательство на основе интеграции науки, образования и культуры.

Разрабатывается концепция интеллектуального предпринимательства.

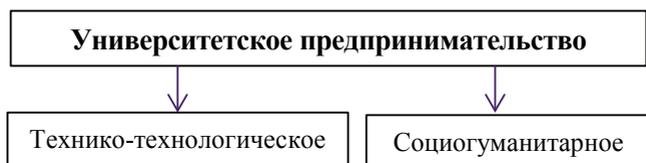
ПУ наряду с обучением ведет передовые научные исследования и выводит на регион интеллектуальную собственность. Связь научной деятельности ППС с его образовательной деятельностью.

Высокое качество образовательных услуг в современных условиях возможно лишь в случае участия ППС не только в преподавательской, но и в научной, консалтинговой и инновационной деятельности.

Деление науки на фундаментальные и прикладные исследования. В СССР укоренились идеалы «чистой науки», лишенной по возможности предпринимательской деятельности.

Образ университета как горного монастыря. ПУ ориентирован прежде всего на прикладные исследования и производство инноваций. Ученым предлагается выйти за рамки решения теоретических задач и попытаться изучить реальную стратегию и практику преуспевающих корпораций и стран.

Инновационный потенциал научной деятельности как приоритетная потребность реального развития рыночной экономики. ПУ отличается тем, что идеи и результаты исследований находят свое воплощение в продуктах и услугах. Направления научных исследований: инженерно-технические и социально-гуманитарные.



Технологическое инновационное предпринимательство – процесс создания и коммерческого использования технико-технологических нововведений.

Необходимо продемонстрировать безусловное превосходство университета в конкретных областях науки и технологии. По техническим специальностям создавать исследовательские альянсы с НИИ и техническими вузами.

Предпринимательство и изобретательность за счет стратегических партнеров (ПИТ «Алатау» и др.).

Возможности представителей социальных и гуманитарных специальностей заработать на рынке НИР невелики, но и затраты у них несопоставимо низкие. Целью социальных инноваций является создание благоприятных условий для развития общества.

Направления деятельности в социальной сфере:

1. Образовательная деятельность.
2. Досуг.
3. Информационно-просветительская деятельность.
4. Туризм.
5. Развитие территорий и др.

Социальными проблемами являются старение населения, миграция, здоровье, экологические проблемы, социальные конфликты и др. Актуальными являются моделирование социальных процессов, прогнозирование социальной структуры региона (города, семьи, личности), создание новых культурных форм.

Социальными инновациями могут быть правила, идеи, законодательные нормы, социальное движение, посредничество или комбинация перечисленного.

Вывод: предпринимательство и производство инноваций возможно и в технических, и в естественных, и в гуманитарных специальностях. Опыт показывает: все дело в том, насколько изобретателен человек, в какой степени проявляет креативность и смекалку.

Выявить в университете научные и педагогические школы. Определиться с «прорывными» направлениями в научных исследованиях. Сформировать сильный кружок интеллектуалов. Вести форсайтные исследования («заглядывание в будущее»).

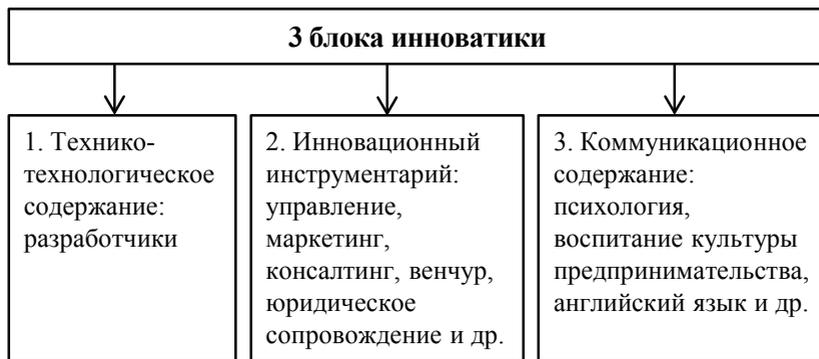
Стимулировать рост числа публикаций в журналах, входящих в индекс цитирования. Парадокс: в 2012 г. этот показатель на одного научного работника составил в Казахстане 4,3%, в Турции – 0,6%. При этом инновационная активность в Казахстане – 7,1%, в Турции – 51,4%.

Существует утверждение: наука – превращение денег в знание. Инновация – превращение знаний в большие деньги. Проблема: у нас знания не превращаются в инновации.

Создать в университете для преподавателей и студентов созидательную инновационно-предпринимательскую атмосферу. Поиск и максимальная поддержка людей с высоким этологическим (генетическим) рангом. «Предприниматели-фрики».

**Р. Флорида:** креативный класс – это люди, чья экономическая функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания. Приглашать **фрилансеров** – высококлассных специалистов, готовых к сотрудничеству на удаленной основе. Подготовка на всех уровнях управленцев нового типа, владеющих инструментарием инновационного и проектного мышления.

Создать новый институт – клуб «профессоров-предпринимателей» (фаундеров). Бесплатный период консультаций. Бизнес-модули и семинары. Тренинговые программы. Формирование междисциплинарных команд акселераторов.



Сами по себе инженеры не договорятся. Но управленцы и юристы-медиаторы смогут найти между ними контакт.

Университет должен дать все «карты в руки» юному инноватору, создать комфортную среду для реализации многочисленных

креативных идей. Поиск толковых, «заводных ребят», начиная с конкурсов «Школьные инновации». Отбор «звездочек», начиная с 1-го курса.

Сформировать инфраструктуру инновационных работ: информационно-правовой центр, бизнес-инкубаторы, аналитические консалтинговые центры, технопарки, венчурные фонды и т.д. Культивировать технопарковую идеологию.

Под бизнес-инкубатором в университете следует понимать создание условий, способствующих организации и развитию малых инновационных предприятий.

ПУ всегда является соучредителем компаний-стартапов: «спин-офф» (стартап и спин-ау).

### Модель развития студенческого инновационного инкубатора «Воронка»



Необходимо: 1) определить эффективные критерии отбора проектов; 2) привлечь практиков и бизнесменов.

Акселерационные программы: развитие идей до результатов, которые можно продавать потенциальным инвесторам. «Мертвая зона». «Зеленый коридор» от новой идеи к новому продукту.



В мире в среднем от 5 до 15% студентов готовы создать свой собственный бизнес. Если даже по нижней черте: около 150 студенческих стартапов.

Единство учебного, научного и инновационных процессов в ПУ.



### **Индикаторы оценки инновационной активности предпринимательского университета**

1. Новые учебники и учебные пособия, выпущенные под грифом РУМС или в соавторстве с видными учеными из СНГ и дальнего зарубежья.

2. Публикации в изданиях, входящих в индекс цитирования.

3. Новые технологии в преподавании.

4. Количество изобретений (среди ППС и студентов).

5. Количество полученных патентов (среди ППС и студентов).

6. Количество лицензий, опционов или других соглашений (среди ППС и студентов).

7. Количество созданных новых спин-офф-компаний (среди ППС и студентов).

8. Величина дохода, полученного от различных видов коммерциализации.

Вывод: учиться коммерциализовывать свои идеи и разработки. В США: возможности генерировать новые знания и проекты вторичны. Умение договариваться, сотрудничать и находить себе партнеров для коммерциализации своей деятельности – вот ключевое звено в инновационной цепи.

Редкое сочетание в одном лице гениальности предпринимателя и таланта исследователя – первооснова создания высокотехнологического бизнеса.

## VI. ВНЕШНИЕ СВЯЗИ И МЕЖДУНАРОДНАЯ АККРЕДИТАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

У классического университета связи со средой носят эпизодический характер и в основном имеют вертикальную форму (форму подчинения).

Одной из важнейших черт ПУ является его постоянное стремление активизировать и разнообразить взаимодействие с внешней средой, включая и международные связи. Сегодня под инновациями в образовании понимаются и интеграционные процессы.

### Модель предпринимательского университета



ПУ влияет на среду благодаря двум факторам: инновационно-интеллектуальному потенциалу и предпринимательской инициативе (креативные ППС и студенты).

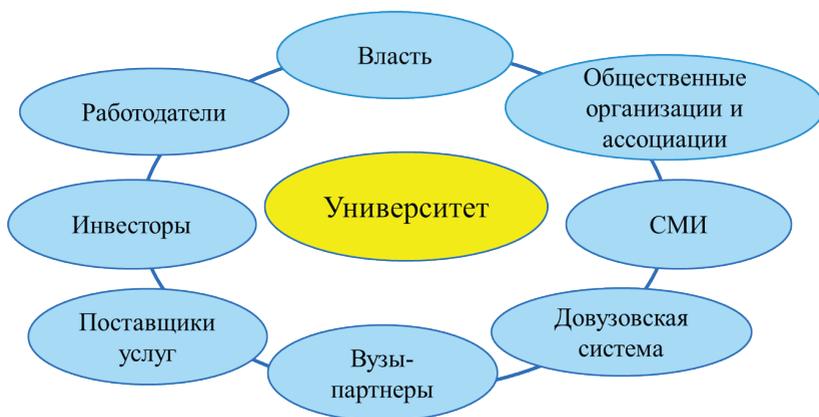
В модели «Тройная спираль» Генри Ицковица власть, бизнес и образование вплетены друг в друга, а университет в ней играет главную роль. Т.е. запускается тройное взаимодействие: динамика рынка – динамика создания знаний – динамика политических и законодательных актов в области инноваций.

Развиваем идеи принципа «Четвертой спирали», т.е. сотрудничество университета, государства, бизнеса и технопарков (как выразителей интересов потребителей-заказчиков).



Единственный путь развития ПУ – научиться объединяться со стратегическими партнерами – университетами, технологическими платформами, инновационными территориями, кластерами, властью, государственными корпорациями и удовлетворять взаимные ожидания.

### Экосистема предпринимательства предпринимательского университета



Исходный пункт: маркетинговое исследование среды и ее сегментация (партнеры – стейкхолдеры – конкуренты). Системное исследование успешного опыта конкурентов. Цивилизованные методы конкурентной борьбы.

Поиск стратегических партнеров в локальном и глобальном мире. Не ждать, пока они придут, а предлагать самим сотрудничество. Быть неукротимыми. Самим формировать новую культуру взаимоотношений с партнерами.

В налаживании внешних связей руководствоваться такими институциональными преобразованиями в высшем образовании, как «высшее образование без границ», «открытое образование», «концепция сетевого обучения» и др.

С правительством необходимо вести диалог по вопросам статуса и автономии, государственных грантов, мобильности ППС и студентов и обсуждать проблемы налогообложения, кредитования, лизинга и т.д. В развитых странах университеты являются **ускорителем** особой успешности социально-экономического развития отдельных территорий.

Реализация совместных программ и инициатив в регионе. ППС и студенты должны иметь представления о тенденциях развития бизнеса в г. Алматы и Алматинской области. Сформировать собственную проектную стратегию в регионе.

На системной основе вести поиск инвестиций на разработки ППС и студентов и гранты на обучение, научные исследования и проведение мероприятий.

Через конкурсы университет должен доказать право, наличие возможностей и ресурсов для реализации проектов данной тематики и получить дополнительное финансирование. Конкурсы МОиН РК, фонда «Даму» и других отраслевых союзов предпринимателей, городского акимата.

Научиться владеть навыками и технологиями привлечения средств от потенциальных инвесторов. Повышать проектную культуру. Составлять бизнес-планы коммерческих проектов. ТЭО проектов. Реанимировать деятельность Казахстанской ассоциации маркетинга (КАМ), Общественной академии туризма, активизировать деятельность Академии экономических наук Казахстана. Инициирование создания Ассоциации ПУ.

Настоятельным императивом времени для казахстанских вузов становятся требования скорейшей интеграции в мировое образовательное пространство. Встраиваться в жесточайшие структуры глобального рынка, чтобы не быть «раздавленными» в новой форме международной гонки – **«гонки новых технологий и образования»**. Цель интернационализации ПУ – подготовка выпускников, обладающих качествами «глобальных инноваторов», сочетающих в себе особые творческие, предпринимательские и коммуникативные навыки. Глобализация мира – студенты как граждане мира – дипломы международного стандарта.



В образовательном процессе творчески использовать мировые информационные ресурсы и базы знаний. Активно осваивать глобальное онлайн-пространство. Всемирная паутина по определению – это общепланетарное явление. Самой популярной обучающей платформой в мире является Massive Open Online Courses (MOOC). Зарубежные проекты онлайн-обучения INSEAD, UDEMY имеют миллионы студентов из разных стран мира.

Важным направлением международного сотрудничества между университетами является политика межкультурной синергии. Ценности Запада и Востока. Установление плотных взаимосвязей ведущих профессоров определенных практических областей разных стран. Компаративистский анализ. Одной из базовых составляющих «концепции сетевого обучения» является работа с проектами международного уровня. Зарубежные проекты филантропических центров мира.

Международная программа студенческих проектов Enactus. GUESS KZ 2016.

Интеграция Казахстана в мировое образовательное пространство в соответствии с международными стандартами. Соответствие во всем, начиная с совместных образовательных программ и заканчивая университетским сайтом. **Бенчмаркинг** – ориентация на лучшие отечественные и зарубежные образовательные программы и деятельностные проекты.

Наладить контакты с университетами класса Excellence, выступать проводниками их интересов в регионе. Сотрудничество с Ассоциацией тройной спирали и ECIU («Европейским консорциумом инновационных университетов»).

Международная аккредитация – эквивалентизация, основанная на международно признанных критериях оценки университетов, в основном инженерно-технического образования. Это своеобразный международный «Знак качества». Одной из целей подобной аккредитации является включение в международные рейтинги образовательных программ. Изучение деятельности Центров глобальных рейтингов университетов: QS, THE и ARWU. Основные показатели: критерии оценки качества результатов обучения и критерии гарантии качества образования. Процедуры.

Активно участвовать в формировании международных университетских сетей, создавать систему обучения иностранных студентов, магистрантов и докторантов в рамках Казахстанской системы экспорта образования. Территориальный сегмент: все страны Центральной Азии, Индия, Пакистан, Монголия и др.

В «Дорожной карте...» предусмотреть:

- 1) приглашение ведущих зарубежных ученых;
- 2) создание международных научных центров;
- 3) привлечение иностранных студентов, магистрантов и докторантов;
- 4) создание в университете комфортной интернациональной среды обучения и общения;
- 5) поднять на более высокий уровень знание персоналом и студентами университета **профессионального** английского языка.

## VII. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Комплексный подход к образованию как к единой системе, в которой формируется не только профессиональный, но и гуманитарный и социальный человеческий капитал. Воспитательная работа – это органическая часть учебно-воспитательного процесса вуза, направленная на реализацию задач формирования и развития культуры личности будущих и формирующихся специалистов. Цель воспитательной работы в ПУ – обеспечение саморазвития, самосовершенствования и самореализации личности обучаемого для формирования будущего специалиста, способного в конкурентной среде к творческой, инновационной деятельности.

Неклассический университет «порождения» культурных форм, задачей которого становится выработка форм человеческого существования в нестабильных ситуациях. Культурные нормы и жизненная стратегия. Эффект культурных норм может быть даже сильнее влияния государственных институтов. Культурная неоднородность влияет на экономику и на деловой климат фирм и корпораций.

Основной вызов, стоящий на пути развития инновационных экосистем в постсоветских странах, – это культура, не предусматривающая поддержку предпринимательского поведения и взятие на себя рисков.



Формирование механизмов социальной ответственности университета перед обществом. ПУ как генератор социальных

реформ поведения, форм организации совместной деятельности людей. Разработка в университете миссии социализации.



Существующая корпоративная культура университетов – семейно-иерархическая. Важно развитие организационной культуры типа «конкуренция» и необходимо культивирование на уровне кафедр и подразделений адхократического, инновационного по определению типа культуры.

ПУ – это университет с внутренней предпринимательской культурой, который развивается за счет собственной инициативы.

Исходное: «начать думать по-другому». Выход за границы обычного мышления. Проблема формирования инновационно-предпринимательского мышления **одинаково** стоит и перед студентами, и перед персоналом.

Идея предпринимательства и инноваций должна вырасти в особый этос, культуру, пронизывающую в университете все и вся.

Формирование новой академической культуры. Преодолеть обывательское представление: «университетское предпринимательство – это бизнес, следовательно, нечестное, недостойное и плохое». Деньги не являются вершиной иерархии в системе ценностей. Сегодня университет воспринимается и как «инкубатор» для создания роста и богатства.

Образование должно дать возможность человеку быть состоятельным. Образование как «социальный лифт», а элитные вузы – «лифты» к самым верхним этажам.

Моделирование деловых отношений. Приоритет делового сотрудничества. От харизмы к интеллектуальному лидерству. Новая логика: «инициативный работник – отличный работник». Преподаватели – пассионарии. Активность ППС должна «зажигать» активность студентов. Всегда плохой преподаватель и плохой студент находят друг друга.

Массовое трудоустройство выпускников и успешное их карьерное продвижение – один из главных показателей деятельности ПУ. Капитал ПУ – это в том числе и капитал выпускников. Утверждение: задача инновационного образования – «**учиться знать**», инновационной науки – «**учиться делать**», а креативного воспитания – «**учиться быть**».

Подготовка самобытных, ярких, свободных и смелых людей, личностей, имеющих мечту и предназначение. Жизненная установка «турановцев»: подлинный предприниматель отличается от человека, единственным стремлением которого является лишь обогащение, **потребностью в самоактуализации**, направленной на реализацию своего личностного потенциала. ПУ как своеобразный «предпринимательский скит».

Уникальная возможность совершить первые шаги в мире предпринимательства, «окунуться» в реальную бизнес-среду. Надежда на то, что выпускники будут заканчивать обучение с уже готовыми качественными брендами, имея значимые собственные бизнес-истории. В ПУ происходит «научение» студентов креативной деятельности.

Формирование культуры карьерного развития студентов. Центр развития карьеры и лидерства. Новая система раннего планирования карьеры. Многообразие знаний и роль эдвайзеров-наставников.

Лидерский бренд университета и лидерские компетенции выпускников. Разработка Стратегии интеллектуального лидерства (СИЛ) университета.

Задача формирования «мягких навыков» у студентов. **Skill** – навык, мастерство, умение, ловкость, сноровка, квалификация. **Hard skills** – жесткие компетенции относятся к

профессионально-специфическим знаниям и умениям: анализ рынка, планирование деятельности, управление проектами, формирование организационной культуры и т.п. **Soft skills** – мягкие компетенции относятся к личностным ценностям, стилям: лидерство, креативность, самоменеджмент, ориентация на результат, сопричастность, приверженность, договороспособность, обучаемость, целеустремленность, вовлеченность и т.д.

Открыть «Клуб молодых предпринимателей-«турановцев». Опасения социальной дисгармонии: талантливые и средние. «Готовность к неудаче». «Как промокнуть под дождем». Бесталанные бывают завистливыми.

Создать эффективное профессиональное сообщество выпускников. Современная коммуникация и «живая связь» с лучшими выпускниками. Совместное обсуждение актуальных проблем развития университета. Эффективные брейнсторминги. **Брейнсторминг** – метод мозгового штурма. Основное правило: «Все идеи хороши».

Сформировать Ассамблею университета.



Создание клубного пространства для интеллектуалов. Неформальные встречи с успешными предпринимателями. Венчурное кафе для встречи «без галстуков». Трепетное отношение к спонсорам. Размещение памятных табличек с именами дарителей.

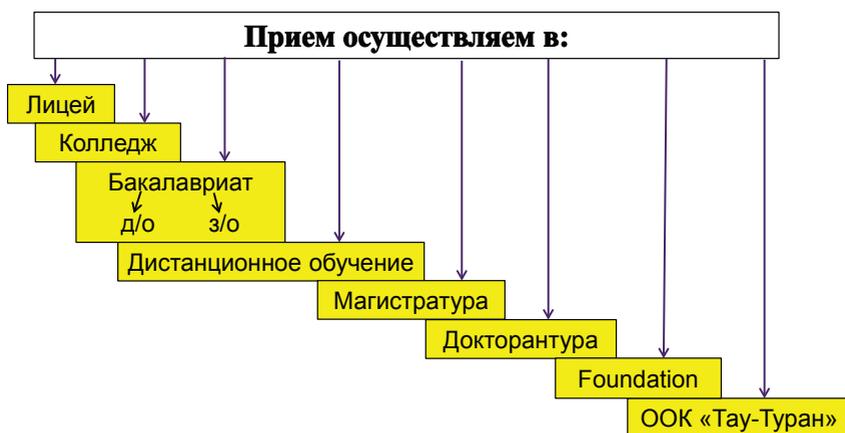
26 мая начиная с 2007 г. в России традиционно отмечается День предпринимательства. Нам инициировать.

Суперзадача: совместить предпринимательскую жилку персонала с предпринимательской инициативой студентов.

## VIII. ПРИЕМНАЯ КАМПАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Во «Всемирной декларации о высшем образовании для XXI века» ЮНЕСКО провозглашено, что XXI век должен стать «Веком образования». В развитых странах взят курс на массовизацию высшего образования.

Стратегическим приоритетом развития университета «Туран» является привлечение абитуриентов, обучающихся, слушателей и стейкхолдеров.



Потенциал для увеличения набора имеется во всех подразделениях. Привлекать через инновационные методы. В бакалавриате ставку делать на интеллектуальные конкурсы. Каждая кафедра должна иметь «ударное» рекламное мероприятие (узнаваемое), такое, как «Битва за «Туран». В магистратуре рекламную кампанию вести адресно, а в докторантуре – штучно.

Практиковать проведение по выходным дням деловых игр по специальностям для поступающих в магистратуру и докторантуру, а на дистанционном обучении – онлайн-игры и конкурсы.

На Foundation переключиться на обучение на английском языке и языковую подготовку для иностранцев. Расширять связи со школами с усиленным обучением профильных предметов.

Влиять на поступающих и их родителей можно через:

- 1) обучающихся и отдыхающих;
- 2) выпускников;
- 3) работодателей;
- 4) партнеров;
- 5) СМИ;
- 6) регионы.

Время – самое ценное. Принцип неупущенных возможностей. Приемная кампания: осень – весна. Приемная кампания как «зеркало» всей деятельности ПУ (стр. 34). «Эффект красавчика» или «эффект разбитого зеркала».

От «закваски» зависит, как «забродит». Субъектами приемной кампании являются непосредственно или опосредованно все «турановцы». Своеобразный экзамен для всех. В приемной кампании все важно: что имеем, что сказано, что сделано.

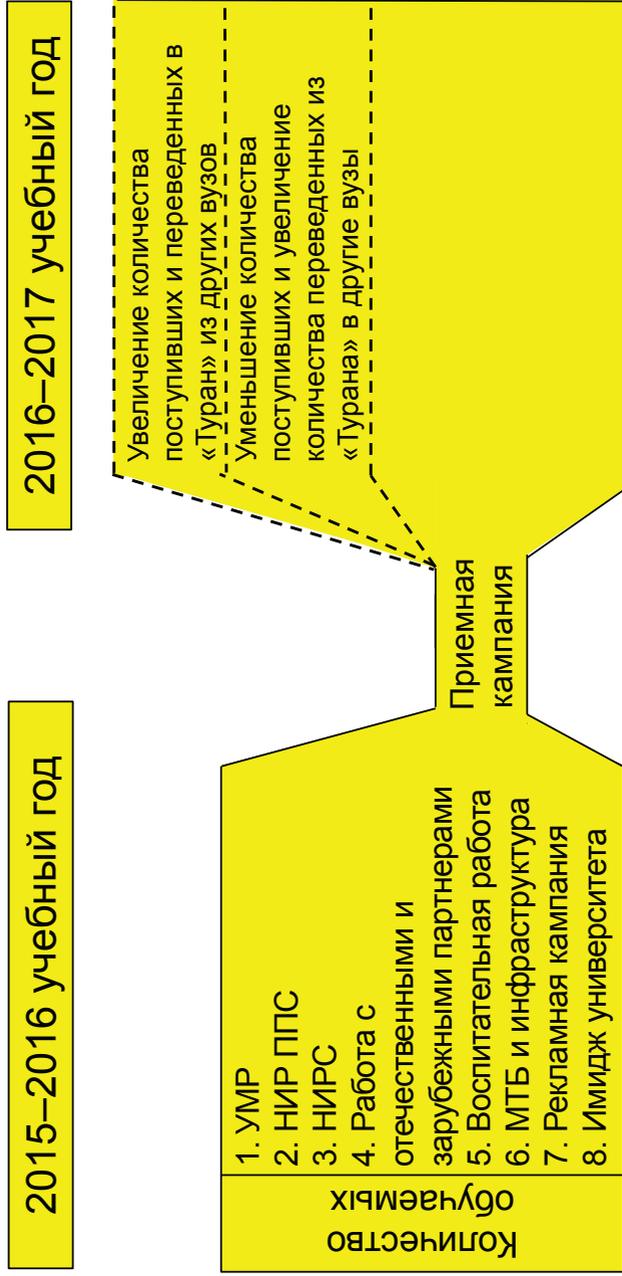
### **В завершение.**

Как говорится в одном известном Писании: «Вначале было слово...». Есть понимание того, что мы хотим, куда двигаемся. Только слепой не видит перемен. Перед каждым подразделением будут поставлены ясные цели и понятные количественные показатели.

**Билл Хьюлетт (Hewlett-Packard):** «Нельзя управлять тем, что невозможно измерить, но всего, что измеримо, можно достичь».

Я уверен: преодолевая ограничения, подтягивая ресурсы, мы без фанатизма, но последовательно добьемся реализации поставленных целей!

## Приемная кампания как «зеркало» всей деятельности ПУ



**Тазобеков Куаныш Амеркулович,**  
первый проректор университета «Туран», профессор

**К разработке «Дорожной карты трансформации  
университета «Туран» в инновационно-  
предпринимательский университет»**

**Тезисы**

Редактор Курбатова Н.В.  
Компьютерная верстка Жуйковой М.А.

Подписано в печать 26.05.2016 г.  
Бумага офсетная № 1,62x84/16. Плотность 80 г/м<sup>2</sup>.  
Усл.печ.л. 2,25. Уч.-изд.л. 2,34. Тираж 150 экз.  
Заказ № 1291.

Адрес редакции:  
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16-18, 18а, университет «Туран».  
Оригинал-макет подготовлен редакционно-издательским  
отделом университета «Туран».  
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16-18, 18а.  
Тел.: 260-70-00, 260-40-18.

Отпечатано в издательстве «Эверо».  
г. Алматы, ул. Байтурсынова, 22, оф. 9. Тел.: 233-82-69, 233-83-43.

