

# Трансфер знаний в рамках клинического подхода к обучению в современном университете (на примере Центра прикладных экономических исследований СПбГУ)

Knowledge transfer based on a clinical approach to teaching at a modern university (the case of the Center for Applied Economic Research of St. Petersburg State University)

doi 10.26310/2071-3010.2023.291.1.009



**В. А. Базжина,**  
к. э. н., доцент  
✉ v.bazzhina@spbu.ru

**V. A. Bazzhina,**  
PhD., associate  
professor, department  
of economic theory and  
history of economic  
thought, economic  
faculty



**О. С. Муравьева,**  
к. э. н.,  
✉ o.muraveva@spbu.ru

**O. S. Muraveva,**  
PhD., associate  
professor, department  
of business economics,  
entrepreneurship  
and innovation,  
economic faculty



**А. А. Стрелкова,**  
студент  
✉ st076257@  
student.spbu.ru

**A. A. Strelkova,**  
Student, economic  
faculty

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия*

*St. Petersburg state university*

Представлена модель клинического подхода к обучению в современном университете как элемент трансфера знаний из вузовской среды в бизнес-пространство, что объединяет в себе элементы тройной спирали, а также «треугольника знаний», применяемых к современному университету. В исследовании также показано, как данная модель находит отражение в рамках концепции совместного создания ценности и успешно применяется на базе Центра прикладных экономических исследований СПбГУ (Экономической клиники).

A model of a clinical approach to teaching at a modern university is introduced as an element of the knowledge transfer from the university environment to the business space, which combines the elements of the triple helix, as well as the «triangle of knowledge» applied to the modern university. Within the research authors show how this model is reflected in the concept of value co-creation and is successfully applied to the Center for Applied Economic Research at St. Petersburg State University (Economic Clinic).

**Ключевые слова:** трансфер знаний, современный университет, инновации, «треугольник знаний», модель тройной спирали, совместное создание ценности

**Keywords:** knowledge transfer, modern university, innovation, knowledge triangle, triple helix model, value co-creation

## Введение

По оценкам Всемирного экономического форума, индекс человеческого капитала в Российской Федерации снизился с 0,73 в 2018 г. до 0,68 в 2020 г. [1]. По результатам опроса экспертов сервиса для поиска работы и подбора персонала Работа.ру и сервиса автоматизации подбора и обработки резюме СберПодбор в 2022 г. было выяснено, что каждый третий работодатель (30% респондентов) не готовы брать молодых специалистов из-за недостатка необходимых в работе навыков [2]. Для улучшения этих показателей необходима тесная интеграция науки, образования и бизнеса, в рамках которой осуществляется трансфер знаний из современного университета во внешнюю среду.

Знание — «это форма существования и систематизации результатов познавательной деятельности человека, т. е. познания. Само же познание есть не что иное, как процесс отображения и воспроизведения действительности в мышлении субъекта, результатом которого являются новые знания» [3].

Вторая академическая революция, которая происходит с начала XXI века, в качестве миссии современного университета предполагает не только обучение, исследования и генерацию знаний, но также коммерциализацию и трансфер знаний и технологий; в том числе в качестве вклада в общественное развитие — это

трансфер знаний в бизнес-среду [3]. Существуют два основных процесса в трансфере знаний:

- 1) коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности (трансфер технологий) или внедрение изобретений;
- 2) реализация рыночно-ориентированных образовательных программ [4].

Обычно о трансфере знаний говорят в контексте диверсификации источников доходов университетов. Причем трансфер знаний возможен, если на высоком уровне реализуются образование и научные исследования. Можно утверждать, что деятельность по трансферу знаний является одним из ключевых компонентов развития университета и включает в себя передачу технологий, опыта, навыков от университета к внешним заказчикам — предприятиям.

В литературе, посвященной особенностям современных университетов, рассматриваются, прежде всего, следующие аспекты:

- Факторы, определяющие роль университетов в генерации и распространении знаний (среди них концепции Университет 3.0 и Университет 4.0): включают в себя генерацию знаний; коммерциализацию и трансфер знаний и технологий; трансфер знаний в бизнес-среду; предпринимательство [3]. Современный университет, или Университет 3.0 представляет собой парадигму вуза, которая охватывает не только образовательные и исследовательские

функции, но и функции интегратора основных процессов внутри экосистемы инноваций: участие, связанное с трансфером знаний» [5].

- Модели университетов в рамках теории тройной [6] спирали, а также концепции четвертой спирали [7–8], под которой понимается творческий, креативный потенциал покупателя в системе инновационного развития общества.
- Взаимодействие вузов и бизнес-среды в рамках «треугольника знаний» [9–10].
- Академическое предпринимательство [11].

Подчеркивается ведущая роль высших учебных заведений как центров «образования, науки, творчества и трансфера знаний» [10].

Одним из актуальных, но слабо представленных в научных публикациях [12], направлений трансфера знаний в бизнес-среду является **клинический подход к обучению студентов**, в рамках которого обучающиеся университета оказывают интеллектуальные консультационные услуги для потребительского и промышленного рынков.

В проводимом исследовании обозначен именно этот аспект трансфера знаний между университетом и бизнес-пространством. Он основан на клиническом подходе к обучению студентов в классических университетах. Основные задачи авторы статьи видят в следующем:

1. Охарактеризовать опыт клинического подхода к обучению в СПбГУ.
2. Предложить модель работы Центра прикладных экономических исследований (ЦПЭИ) СПбГУ, в рамках которого осуществляются трансфер знаний.
3. Проанализировать традиционный и онлайн форматы взаимодействия ЦПЭИ с бизнес-пространством.
4. Обосновать концепцию совместного создания ценности при трансфере знаний на основе клинического подхода к обучению.

Методами исследования являются общенаучные методы: анализ, синтез, классификация, результаты эмпирических исследований субъектов, вовлеченных в трансфер знаний в рамках клинического подхода, а также анализ трехлетнего опыта деятельности ЦПЭИ СПбГУ.

Помимо вышеперечисленных исследователей проблематики, можно отметить еще целый ряд отечественных и зарубежных авторов, характеризующих особенности трансфера знаний из университетской среды.

Идея реализации рыночно-ориентированных образовательных проектов раскрывается в работе [13]. Авторы, занимающиеся вопросом интеллектуального предпринимательства и предпринимательского университета, основным тезисом постулируют, что предпринимательский университет, использующий процесс обмена знаниями и ресурсами с малым и средним бизнесом, может обеспечить взаимодействие, решающее одновременно две задачи — подготовку интеллектуальных предпринимателей и обеспечение взаимодействия между бизнесом и исследовательскими институтами [14].

Статья также опирается на установку о возможности обеспечить интеграцию науки, университета

и предпринимательства путем перехода на новый этап — участие университета в исследовательской повестке компании. Теории совместной постановки задачи, перехода студентов и преподавателей к продуктовому мышлению, создания совместной стоимости путем всестороннего вовлечения акторов являются базой настоящей работы и поддерживаются другими современными исследователями [15].

Концепция практико-ориентированного, клинического подхода в качестве действенного варианта создания совместной логики между университетом и бизнес-средой, рассматривается и зарубежными авторами: например, в исследовании [16] доказана роль университетов в содействии устойчивому развитию через усиление партнерских отношений с предпринимательским сектором. В литературе чаще встречается понятие проектного метода обучения (PBL) в университете, реализуемого при взаимодействии с представителями бизнеса в некоторых случаях. В статье [17], основанной на анонимном опросе 403 студентов университетов и средних школ, показано, что многие студенты (70% и 67% соответственно) считают PBL эффективным, в связи с повторным запоминанием большего количества пройденного материала, изучением дополнительной информации и обучением в процессе обучения, т.е. студенты больше запоминают из проработанной темы, узнают дополнительную информацию, учатся презентовать и увереннее выступать перед аудиторией, искать, сортировать и обрабатывать информацию, спорить, сотрудничать с однокурсниками и организовывать свою деятельность. Инструмент PBL рассматривается авторами как важнейший в развитии не только «hard skills», но и «soft skills», которые становятся столь распространенными в наше время.

В работе [18] авторы не просто поддерживают увеличение часов для практической деятельности студентов, а настаивают на широком и структурированном внедрении сотрудничества университета и бизнеса. Авторы отмечают, что в последние годы европейская модель системы высшего образования (из отчета Европейской комиссии за 2017 год) была представлена как более проактивная, которая обеспечивает реалистичную и эффективную среду обучения, заставляя студентов работать над реальными коммерческими проблемами, научно-исследовательскими или трудоемкими задачами, которые корпорациям еще предстоит решить. Важным аргументом в пользу PBL, который приводится в статье, является то, что, работая бок о бок с компанией и используя сочетание проектного мышления, гибкого совместного созидания, подхода «scenario» и создания демоверсий, студенты могут исследовать будущее, создавая и совершенствуя свои идеи. Все это также способствует трансферу знаний в предпринимательскую среду.

В последние годы университеты (не только классические) активно внедряют проектную деятельность [19], делая акцент на основную ценность практико-ориентированного подхода, который отличается от традиционных моделей обучения (основанных на предположении, что студенты должны знать содержание, чтобы применить его для решения проблемы). PBL меняет этот

Результаты работы ЦПЭИ (Экономической клиники) в 2020–2022 г.

Количественные показатели	2020	2021	2022
Кол-во организаций-заказчиков	3	5	14
Кол-во исследовательских проектов	4	11	19
Кол-во задействованных основных образовательных программ бакалавриата и магистратуры	2	3	8
Кол-во задействованных обучающихся, включая повторы*	20	50	87
Среднее количество обучающихся в команде	5	4,5	4,5
Средняя продолжительность реализации исследовательского проекта	2,5 недели	4,7 недель	4,2 недели
Кол-во задействованных регионов-локаций организаций-заказчиков	3 региона РФ	2 региона РФ и 1 из Германии	5 регионов РФ
Среднее количество исследовательских проектов на одного заказчика	1,3	2,2	1,4

Примечание: \* Некоторые обучающиеся участвуют в 1–3 исследовательских проектах в течение календарного года.

Составлено авторами

порядок и считает, что студенты получают знания в процессе решения проблемы, что порождает более высокое качество информации, над которой они работают для ее решения, поскольку она распространяется, обсуждается и применяется в конкретной ситуации [20]. Авторы делают вывод, что **обучение на основе проектов** — это деятельный метод, который развивает конечную вовлеченность и участие студентов в образовательном процессе и процессах компании. Еще один успешный пример PBL описан в статье [21], раскрывающей реализацию данного подхода на магистерских программах классического университета.

#### **Трансфер знаний в рамках клинического подхода к обучению в университете с использованием концепции совместного создания ценности на примере Санкт-Петербургского государственного университета**

В Санкт-Петербургском государственном университете клинический подход к обучению реализуется с 1998 года, когда была открыта Юридическая клиника, положившая начало созданию учебных фирм и центров, работающих в формате акселератора [22]. С 2008 года происходит системное развитие клинического подхода в СПбГУ: созданы и функционируют 16 разнонаправленных клиник, включая социологическую, психологическую, IT-клинику, переводческую, экономическую, педагогическую и др.

В данной статье более подробно рассмотрим опыт работы Центра прикладных экономических исследований (Экономической клиники) СПбГУ [23], основанной в конце 2019 года. За период 2020–2022 гг. было реализовано 34 исследовательских проекта для 19 компаний-заказчиков из 6 регионов РФ и 2 стран. В проектных командах было задействовано 157 студентов бакалавриата и магистратуры экономического факультета СПбГУ. В качестве заказчиков в рамках трансфера знаний выступали малые и средние коммерческие компании (производство и сфера услуг), а также подразделения крупных компаний (табл. 1).

Прикладные экономические исследования проводились по следующим направлениям: конкурентный и институциональный анализ рынка, включая обозначение и сегментацию рынка, отраслевую специфику, институциональную среду (макро- и микроуровень), определение ключевых игроков рынка и их характеристик, групп потребителей, основные тренды развития рынка, ниши рынка для развития, возможные стратегии бизнеса на национальном/региональном/глобальном рынках, а также разработку вариантов решений конкретных HR-задач и междисциплинарные исследования.

Ключевыми предпосылками трансфера знаний на основе клинического формата при обучении студентов экономических специальностей в СПбГУ выступили следующие факторы:

Во-первых, исследовательский и практический потенциал университета (включая возможность доступа к платным ПО и базам данных (SPSS, Statista, SPARK-Interfax, Bloomberg, Orbis и др.<sup>1</sup>), что позволяет студентам и преподавателям использовать информацию и данные не только из открытых источников, но также применять актуальный инструментальный платных баз данных и возможности программного обеспечения.

Во-вторых, имеющийся опыт практической деятельности у преподавателей в виде успешно реализованных проектов в рамках отдельных дисциплин и практик (фактически тестирование клинического формата обучения).

В-третьих, налаженные контакты с уже функционирующими клиниками университета, которые готовы делиться опытом и оказывать поддержку на первых этапах. Несмотря на то, что каждая клиника реализует свою деятельность по индивидуальной модели, некоторые организационные вопросы можно считать общими.

В-четвертых, рост запросов со стороны широкого круга работодателей (наряду с бизнесом, органов

<sup>1</sup> На сегодняшний день происходит замена ряда ПО на альтернативные.

власти и управления, аналитических подразделений и исследовательских центров и др.) на подготовку квалифицированных специалистов, обладающих практически всеми навыками конкурентного анализа современных рынков и стратегий бизнеса в условиях цифровизации и структурной модернизации экономики, энергоперехода и зеленой революции и т. д., что стимулирует кафедры и факультеты развивать новые подходы к обучению.

В-пятых, первый локдаун 2020 г. спровоцировал активное внедрение информационно-коммуникационных технологий в процесс обучения, тем самым расширил возможности привлечения компаний-заказчиков, заинтересованных в трансфере знаний.

В-шестых, сложная экономическая ситуация, в которой оказался малый бизнес в период антиковидных ограничений, повысил спрос на трансфер интеллектуальных услуг в бизнес-среде.

В-седьмых, студенты классического вуза имеют преимущество за счет развития исследовательского подхода в процессе обучения, но их нужно научить проводить исследования не в учебных целях, а с целью помощи представителям бизнеса. Если студентам дать возможность проявлять инициативу и возможность ошибаться, то они становятся гораздо продуктивнее в генерировании идей и передаче знаний в бизнес-среде.

Отталкиваясь от имеющихся предпосылок, можно выделить цели создания Центра прикладных экономических исследований на экономическом факультете СПбГУ:

- Усиление практической направленности образовательного процесса и освоение обучающимися широкого круга современных прикладных компетенций.
- Адаптация теоретических знаний студентов к решению конкретных задач от бизнеса (малый и средний бизнес являются приоритетной нишей).
- Увеличение числа компаний-партнеров экономического факультета СПбГУ.
- Развитие направления исследований по заказу компаний реального сектора экономики на экономическом факультете СПбГУ.
- Трансфер знаний в бизнес-пространство.

Все исследовательские проекты в Центре прикладных экономических исследований реализуются по следующей схеме (рис. 1):

1. Предварительная работа курирующего преподавателя по поиску и привлечению потенциальных заказчиков исследований.
2. Организация онлайн/офлайн встречи обучающихся с заказчиком, в рамках которой представитель рынка выступает с презентацией (на 20–30 минут) с описанием ситуации, постановкой конкретных задач и ответом на вопросы со стороны будущих исполнителей. Как правило, на одну академическую группу в зависимости от количества обучающихся, приходится от 2 до 5 либо заказчиков, либо задач от одного заказчика.
3. Выбор оптимального количества членов исследовательской/проектной группы и распределение обучающихся (по опыту авторов, 4–5 человек является оптимальным составом мини-группы).
4. Составление алгоритмов работы над исследовательской/проектной задачей заказчика, включая организацию коммуникации и распределение ролей в группе (совместно с обучающимися).
5. Индивидуальная работа исследовательских/проектных групп над поставленной задачей (от 2 недель до 1,5 месяцев в зависимости от сложности исследования) с возможностью онлайн-консультирования как с преподавателем, так и с заказчиком (как правило, заказчики представляют свои контакты для связи с ними представителей групп с целью оперативного ответа на уточняющие вопросы, возникающих в процессе выполнения заданий).
6. Проведение промежуточного контроля за ходом реализации исследования/проекта. На обсуждении промежуточных результатов возможно присутствие сторонних экспертов/консультантов по необходимости. Во время промежуточного контроля преподаватель выступает в роли конструктивного критика, как и участники других исследовательских/проектных групп. Основная задача данного этапа заключается в попытке расширения угла зрения на проблему и поиск дополнительных альтернативных решений.
7. Индивидуальная работа исследовательской/проектной группы над окончательной версией презентации разработанных решений.
8. Итоговая презентация результатов работы исследовательских/проектных групп заказчику.
9. Рефлексия, сбор обратной связи.



Рисунок 1. Схема работы Центра прикладных экономических исследований (Экономической клиники)

(Составлено авторами)

## Традиционный и онлайн-формат в работе ЦПЭИ

Позиции для сравнения	Традиционный (очный формат)	Дистанционный формат
Взаимодействие с куратором-преподавателем	Более тесный контакт приводит к дополнительному взаимопониманию	Возможность контакта 24/7, вне зависимости от локации каждого участника взаимодействия
Связь с заказчиком	Улучшение взаимопонимания при личной встрече. Углубленность в задачу. Усиление эффекта синергии и эмерджентности	Увеличение числа заказчиков из-за возможности роста числа контактов в день
Взаимодействие среди проектной группы	Личный контакт => повышение уровня эмпатии (может вести как к росту эффективности в решении задачи, так и снижению эффективности переноса личностных характеристик отношений на рабочий процесс)	Увеличение времени на само обсуждение задачи и ее решение (за счет отсутствия транспортных и снижения временных издержек)
Тайм-менеджмент	Сложность организации встреч во внеучебное время	Проще внедрить в расписание как облучающегося, так и заказчика. Асинхронность как один из факторов результата
Интегративность	Редкие или отсутствие возможности в условиях удаленности факультетов друг от друга	Отсутствие проблемы в ежедневном контакте, однако отсутствие личного взаимного восприятия участников разных клиник => возможные искажения восприятия задач из-за отсутствия невербального общения
Организационно-экономическая составляющая	Усложнение организации мест встреч и работы, долгая бюрократическая волокита	Нет необходимости организовывать рабочее место, обеспечивать базовыми средствами (бумага, компьютер и т.д.), снижение издержек университета
Внешний запрос	Не соответствует	Соответствует вследствие увеличения числа компаний, использующих ИКТ, переводящих сотрудников на удаленную работу; увеличение предложения качественной «рабочей» силы со стороны студентов, привыкших к дистанционному формату
«Фильтр»	Очный формат рассматривается (интерпретируется) студентами как необходимость участия=> часто могут приходить в проект ради «галочки» (очный формат=обязательство присутствия)	Для участия необходима высокая мотивация студента, что позволяет оставлять истинно заинтересованных
Психологический фактор	Быстрее приобретает ощущение себя (студента) как части большого проекта, что снижает эффект синдрома «самозванца», вместе с тем может повышаться вероятность возникновения искажения «эффект сверхуверенности»	Повышение вероятности возникновения у студента ощущения себя как недостаточно значимого элемента бизнес-процесса, снижения объема прилагаемых усилий, вместе с тем – упрощение процесса общения (легче воспринимается удаленный контакт, так как он менее тревожный) как с преподавателем, так и с клиентом позволяет осознавать всех участников общения на одном уровне => снижение эффекта искажения «сверхобобщения» («все участники лишь части большого процесса, не я один»)
Формирование структуры работы	Существует шаблон составления расписания в учебном отделе университета => нет необходимости перестраивать, уже учтены перерывы, возможные перегрузы (в условиях низкой гибкости сотрудников учебного отдела рассматривается как положительный аспект)	Необходимо заново учесть возможность снижения эффективности выполнения задач из-за увеличения информационного потока (влияния часто непрерывного взаимодействия с техническими средствами, более широкого спектра задач в отличие от традиционного формата), встроить в имеющееся вузовское расписание
Преподавательский состав	Пока проще найти заинтересованных в традиционном формате организации практики из-за преобладающего числа преподавателей старой формации	Необходимость поиска преподавателей-пассионариев

Составлено авторами

По результатам осеннего семестра 2022 года был проведен опрос обучающихся, принимавших участие в 9 исследовательских проектах. Нашли время ответить на форму сбора обратной связи 26 обучающихся, т.е. 65% от всех участников осеннего цикла исследований. Один из вопросов касался самооценки обучающимся получения новых навыков благодаря исследовательском проекту (hard&soft skills), в результате 38,5% респондентов выбрали ответ «Да, безусловно», 46,2% — «Некоторые навыки были отточены в процессе исследования» и лишь 4 человека, т.е. 15,4% опрошенных

посчитали, что уже всё умели и до участия в исследовательском проекте. Среди приобретенных навыков, которые авторы опроса попросили перечислить респондентов, особо выделяются аналитические навыки, навыки работы в команде, коммуникации как внутри команды, так и с заказчиком, опыт участия во всех этапах проекта и визуализация результатов исследования.

Авторами опроса была запрошена интегральная оценка деятельности ЦПЭИ, включая организацию встреч с заказчиками, курирования со стороны преподавателя/студента и общее впечатление по пяти-



Рис. 2. Реализация трансфера знаний в рамках работы Центра прикладных экономических исследований (Экономической клиники) СПбГУ  
 (Составлено авторами)

балльной шкале. Так, 73,1% респондентов оценили работу ЦПЭИ на 5 баллов, 23,1% — на 4 балла, а 3,8% (1 человек) оценил работу ЦПЭИ на 3 балла. Среди предложенных респондентами рекомендаций важно отметить увеличение числа вариантов исследований с целью большего выбора задач. Вариантом внедрения указанных рекомендаций является создание платформы, объединяющей заказы и команды исполнителей.

Со снятием антиковидных ограничений, схема работы была частично переведена в традиционный формат. Полученный опыт был проанализирован и представлен в сравнительной таблице (табл. 2).

В целом, реализованные возможности по трансферу знаний можно описать следующим образом (рис. 2).

**Использование концепции совместного создания ценности в клиническом подходе**

Методологически клинический подход к обучению студентов опирается на концепцию совместного создания ценности, изначально предложенную [24] для применения в маркетинге и менеджменте по отношению к товарам и услугам и вовлечению в этот процесс потребителей. Позднее ряд авторов описывают возможность применения концепции совместного создания ценности в сфере высшего образования [25–26], где обучающийся вуза выступает активным участником научного и образовательного процесса. Т.е. это комплексная стратегия объединения усилий нескольких экономических агентов для создания взаимовыгодного результата. Этим результатом является трансфер знаний, который студенты совместно с преподавателем осуществляют в адрес бизнеса.

Факторами, определяющими успешность трансфера знаний при взаимодействии сторон, участвующих в клиническом подходе к обучению, являются знаниеемкость экономики, мотивация участников и цифровизация (рис. 3).

1. Знаниеемкость экономики дает возможность использовать уже накопленный запас интеллектуальных знаний для производства и реализации консалтинговой услуги.
2. Цифровизация и современные информационно-коммуникационные технологии обеспечивают лучшую возможность взаимодействия и участия сторон в создании ценности за счет онлайн-коммуникаций, а также использования различных электронных ресурсов в процессе оказания консалтинговых услуг бизнесу, что представляло особую актуальность в период пандемии COVID-19.
3. Важной составляющей такого взаимодействия является мотивация участников к совместной деятельности (см. табл. 3)

На основе реализации ряда проектов было выявлено, что:

- Во-первых, помимо получения конкретных профессиональных навыков, обучающиеся развивают так называемые soft skills или даже мета-компетенции за счет «живого» общения с заказчиком, не являющегося сотрудником экономического факультета СПбГУ (табл. 4).



Рис. 3. Факторы, определяющие совместное создание ценности  
 (Составлено авторами по [26])

Основные мотивы к участию в совместном создании ценности

Заказчик (компания)	Обучающиеся	Курирующие преподаватели
Решение стандартных и творческих задач	Реализация творческих способностей	Адаптация теории к потребностям бизнеса
Применение классических и современных подходов	Связь теории с практикой под руководством наставника	Формирование портфеля кейсов
Найм персонала	Развитие hard&soft skills	Приобретение социального капитала через контакты и взаимодействие
Продвижение продукции и компании	Карьерные перспективы	Внедрение проектного подхода

Составлено авторами

- Во-вторых, обучающиеся по программам магистратуры получают опыт организации работы исследовательской/проектной группы, что является их конкурентным преимуществом при трудоустройстве.
- В-третьих, сравнительный анализ реализации клинического формата в обучении экономистов в традиционном и онлайн-формате выявил положительные и отрицательные стороны каждого из них с позиции взаимодействия и трансфера знаний. Предлагается использовать положительные моменты как традиционного, так и онлайн-формата, реализуя исследовательские проекты в гибридной форме.

Опишем концептуальную схему совместного создания ценности в клиническом подходе к обучению (рис. 4).

Две базовые взаимодополняющие функции в рамках ССИ: совместная разработка (совместное творчество) и совместное использование ценности во время ее потребления, описаны в работе [26]. Однако, в рам-

ках клинического подхода к обучению экономистов, совместную разработку стоит рассматривать как цель совместного создания ценности, а совместное использование, — уже как результат данного взаимодействия.

Студенты под руководством преподавателя участвуют во взаимодействии с представителями компании, чтобы поделиться знаниями, которые могут быть полезны другим. Стороны получают доступ к различным ИТ-ресурсам, включая ПО и базы данных, часть из которых предоставляет университет, а часть — компании. Основываясь на знаниях, полученных от университета, заказчик может повысить свою конкурентоспособность на рынке. Студенты используют знания, полученные во время обучения в университете, при оказании консалтинговых услуг. Как следствие, возрастает уровень удовлетворенности процессом обучения в вузе, студенты становятся более лояльными университету. Преподаватели, курирующие взаимодействие студентов с представителями бизнеса, повышают свою профессиональную компетентность, например, в процессе перевода поставленной

Таблица 4.

Навыки, формируемые обучающимися при оказании интеллектуальных услуг представителям бизнеса при гибридном формате обучения

Hard skills	Soft Skills
Поиск информации в базах данных и открытых источниках (СПАРК Интерфакс, Росстат, Rusprofile и т. д.)	Развитие комплексного, многофакторного подхода к задаче клиента, оценка с точки зрения неопределенности и, соответственно, формирование сразу 3 возможных направлений решения (оптимистичного, стандартного и пессимистичного)
Работа в компьютерных программах (MS Office, включая продвинутый уровень работы в Excel, Trello, Tilda, Canva и т. д.)	Коммуникативные навыки в процессе организации работы с коллегами, навыки эффективного перераспределения задач и делегирования (эффективность работы в команде)
Создание анкет и опросников, а также анализ результатов по теме исследований с использованием специальных программ (Google и Яндекс формы, <a href="https://ru.surveymonkey.com/">https://ru.surveymonkey.com/</a> и т. д.) и их интерпретация	Умение взаимодействовать с клиентом, ненавязчиво, но уверенно доносить свое видение проблемы и решения
Составление документов (отчетности, дорожные карты, договоры с клиентами, презентаций с результатами исследований)	Развитие самоорганизации и интеграция тайм-менеджмента и приоритизации с учетом совмещения деятельности в клинике с учебной и подработкой
Формирование организационно-управленческой и организационно-функциональной структуры процесса исследования, управления исследовательской группой	Косвенное развитие мета-навыков
Анализ финансовой (оценка положения безубыточности, доля охваченного рынка, ценовая вилка продукта, оценка эффективности используемой системы налогообложения), маркетинговой (анализ маркетинговой стратегии, формирования плана продвижения и оценка направлений затрат), организационной системы компании-заказчика (составление SWOT-, PEST-, SOAR- анализа)	Усовершенствование гибкости мышления: способность учиться и обучать, креативность, адаптивность. Развитие лидерских качеств: инновативность, сотрудничество, ответственность, ориентация на результат и умение его представить, а также аргументировать остальным членам команды, куратору и заказчику

Составлено авторами



Рис. 4. Концепция ССЦ в практике прикладных экономических исследований  
(Составлено авторами по [26])

задачи от компании, выраженной голосом заказчика, на язык, принятый в научно-образовательной среде. Для этого представители бизнеса изначально определяют исследовательские цели и задачи, которые будут поставлены перед университетом, выражая их «голосом заказчика». Преподаватель помогает перевести их в терминологический и концептуальный ряд, понятный студентам, которые, в свою очередь, проведя прикладное экономическое исследование для заказчика, пытаются уже презентовать результат, на языке, понятном заказчику. Более того, совместное создание ценности позволяет создавать различные инновации, а также будущую стоимость товара для компании.

Процесс совместного создания ценности не ограничивается только совместной разработкой. Важным является взаимодействие при потреблении консалтинговой услуги (value-in-use). Во-первых, происходит кастомизация консалтинговой услуги под запросы конкретной компании, например, в виде готового решения, которое компания может в будущем где-то внедрить. Студенты на основе проведенного практико-ориентированного исследования могут кастомизировать результат в виде написанной и успешно защищенной выпускной квалификационной работы. Преподаватели, адаптировав полученные результаты под потребности учебного процесса, могут получить целый банк практических кейсов и заданий. Во-вторых, происходит накопление опыта — опыта реализации исследовательских проектов из бизнеса для студентов; опыта в виде повышения профессиональной компетентности для преподавателя; опыта постановки прикладных задач со стороны представителей бизнеса. В-третьих, происходит выстраивание взаимоотношений — выстраивание коммуникаций в виде малой группы (студенты); в виде написания положительных отзывов (компания-студентам); формирования сообществ, точек контактов, социальных сетей, групп в мессенджерах для общения всех трех сторон и т. п.

В создании ценности преподаватели учитывают потребности бизнеса и студентов. Даже могут возникнуть новые образовательные программы, направленные на обучение востребованным специальностям.

К выгодам, получаемым от совместного создания ценности, характерным для всех участников взаимодействия, можно отнести: знания, компетенции, отношения, эмоции, впечатления.

Знания и навыки — дополнительно полученные в процессе оказания консалтинговой услуги. Студенты приобретают навыки работы с представителями компаний (необходимо не просто понять задачу, но также приложить теоретические знания к практике, научиться коммуницировать).

Компетенции — вырабатываются на основе накопленных знаний; для курирующих преподавателей происходит проверка собственной компетентности в профессиональной области.

Отношения — между преподавателем и студентами в виде научного руководства, совместных публикаций, выступлений на конференциях; между студентами и бизнесом в виде практик, стажировок и трудоустройств.

Эмоции — от достигнутого результата, когда студенты начинают себя позиционировать как часть компании.

Впечатления — остаются на протяжении длительного времени после полученного результата. Ими можно делиться с третьими лицами, тем самым продвигая не только университет, но и компанию и ее продукцию.

Заказчик (компания) получает выгоду от решения поставленных задач, адаптированных под особенности его бизнеса; студенты могут стать будущими клиентами этой компании. Обучающиеся (малая группа студентов) приобретают уникальный опыт взаимодействия с реальными компаниями, а также эмоциональный компонент, возможность реализовать свой

творческий потенциал. Преподаватели, курирующие взаимодействие заказчиков со студентами, получают реальную картину о проблемах бизнеса, а также возможности для апробации и совершенствования теоретических моделей, предлагаемых наукой.

Тем не менее, на основе анализа опыта реализованных исследовательских проектов в рамках клинического подхода можно выделить ряд сложностей:

- Заказчикам бывает сложно принять альтернативную точку зрения, предлагаемую со стороны университета. Представители бизнеса свое видение ситуации зачастую считают единственно правильным.
- Обучающиеся ориентируются на формат учебных заданий, а не реальных задач.
- У студентов присутствует низкий уровень уверенности в себе за счет выученной беспомощности. Вариантами решения данных проблем могут быть:
- Усиление предварительной работы с заказчиками (курирующий преподаватель — представитель бизнеса).
- Следует допускать обучающихся к реализации проектов, а не только к разработке.
- Необходимо осуществлять эмоциональную поддержку студенческих малых групп и отдельных студентов со стороны кураторов.

Следует отметить, что не только студенты, преподаватели и заказчики из компаний получают выгоды от взаимодействия. В более глобальном масштабе, среди сторон, на которые распространяется положительный эффект, являются компании, университет и государство (рис. 5). За счет усиления практико-ориентированности обучения в классическом университете происходит повышение удовлетворенности и лояльности вузу как со стороны студентов, так и со стороны преподавателей. Компания, в которую осуществляется трансфер знаний, становится более успешной и конкурентоспособной на рынке, получая более высокие прибыли, что приводит в том числе к более высокой сумме налоговых отчислений в адрес государства, которое, в свою очередь, может закладывать большие бюджеты на финансирование университетов.

### Заключение

Авторами предложена модель клинического подхода к обучению в современном университете как элемента трансфера знаний из вузовской среды в бизнес-пространство, что объединяет в себе элементы тройной спирали, а также «треугольника знаний», применяемых к современному университету. В исследовании также показано, как данная модель находит отражение в рамках концепции совместного создания ценности и успешно применяется на базе Центра прикладных экономических исследований СПбГУ (Экономической клиники)



Рис. 5. Стороны, получающие выгоды от совместного создания ценности и трансфера знаний  
(Составлено авторами)

С учетом изложенного выше авторами сформулированы следующие выводы и рекомендации.

1. Клинический подход к обучению является самостоятельной формой трансфера знаний из академической в бизнес-среду.
2. Ключевым моментом реализации клинического подхода в обучении экономистов является предоставление исследовательским командам обучающихся автономии, права выбора инструментов и методов прикладного экономического исследования, а также возможностей напрямую контактировать с заказчиком в процессе проведения исследования.
3. Роль преподавателя-куратора исследовательских проектов заключается не в указании верных путей проведения прикладного исследования, а в информационной и эмоциональной поддержке в случае необходимости.
4. В рамках концепции совместного создания ценности происходит кастомизация передаваемых знаний под запросы конкретной компании, что существенно может повысить конкурентоспособность последней.
5. Трансфер знаний из академической в бизнес-среду позволяет обучающимся реализовать свой творческий потенциал и научиться адаптировать теоретические знания под конкретные запросы бизнеса, а преподавателям — актуализировать реализуемые курсы и форматы преподавания.
6. Клинический подход позволяет обучающимся развивать инициативность, ответственность, адаптивность и критическое мышление, что является одними из наиболее востребованных на рынке труда качеств.

### Список использованных источников

1. The human capital index 2020 update: human capital in the time of COVID-19//2020 International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank
2. <https://press.rabota.ru/otkaz-soiskatelyam-raznykh-vozrastov>
3. Экономика знаний: учебник/под ред. Н. В. Лукашова. — Москва: Проспект, 2020. — 368 с. С. 321–322

4. Бедный А. Б. Основы организации университетского трансфера знаний: Учебное пособие — Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2010. — 40 с.
5. Кряклина Т. Ф., Реттих С. В. Теория и практика трансфера знаний университета 3.0. // Язык и культура. № 48, 2019 Сс. 154–165 DOI: 10.17223/19996195/48/10
6. Ицкович Г. Тройная спираль. Университеты — предприятия — государство. Инновации в действии. / Г. Ицкович; пер. с англ., под ред. А. Ф. Уварова. Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та систем упр. и радиозлектроники, 2010. — 230 с.
7. Молчанов Н. Н., Молчанов А. Н. Технопарки — концепция «четвертой спирали» // Инновации. 2014. № 7 (189). С. 39–46.
8. Молчанов Н. Н. Куда двинется современный маркетинг // Маркетинг России. Научно-педагогическая школа «Маркетинг взаимодействия» / под науч. Ред. Г. Л. Багиева, В. Г. Шубаевой, О. У. Юлдашевой. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2022. — с. 151–158.
9. www.hefce.ac.uk/news/hefce/2008/round 4.htm
10. Грудзинский А. О., Бедный А. Б. Трансфер знаний — функция инновационного университета // Высшее образование в России. № 9, 2009 С. 66–71
11. Артемова Д. И. академическое предпринимательство в цифровой экономике // В книге: Управление бизнесом в цифровой экономике. Сборник тезисов выступлений. Под общей редакцией И. А. Аренкова, М. К. Ценжарик. 2019. С. 301–303.
12. Базжина В. А. Применение клинического подхода обучения на экономическом факультете классического университета // В сборнике: Современное образование: интеграция образования, науки, бизнеса и власти. Материалы международной научно-методической конференции. В 2-х частях. Томск, 2022. С. 207–211
13. Кудряшова Е. В.; Сорокин С. Э. Трансфер знаний как форма реализации «Третьей миссии» университета, Наука об образовании, 2017
14. Константинов Г., Филонович С. Интеллектуальное предпринимательство и предпринимательский университет, 2011
15. https://expert.ru/2023/02/14/kto-otvechayet-za-buduscheye-nauka-ili-biznes/amp/
16. Marr A. Institutional approaches to the delivery of business development, 2004
17. Chmelárová Z.; Čonková A. Project Based Learning from the Point of View of Economics. TEM Journal 2021, Volume 10, Issue 2, Pages 832–838, DOI: 10.18421/TEM102-42.
18. Berbegal-Mirabent, J.; Gil-Doménech, D.; Ribeiro-Soriano, D. Fostering university-industry collaborations through university teaching. Knowledge Management Research & Practice 2020, 18 (3): 263–275. https://doi.org/10.1080/14778238.2019.1638738
19. Редько С. Г. Подход к подготовке специалистов с учетом вызовов цифровой экономики (на примере обучения проектной деятельности) С. Г. Редько, Н. А. Цветкова, И. А. Се-ледцова // Инновации. — 2019. — № 12 (254). С. 22–28
20. Dela Torre-Neches B.; Rubia-Avi M.; Aparicio-Herguedas J. L. et al. Project-based learning: an analysis of cooperation and evaluation as the axes of its dynamic. Humanit Soc Sci Commun 2020, 7, 167. https://doi.org/10.1057/s41599-020-00663-z
21. Tsenzharik M., Project-Based Learning During Online Education: Case of the Master Program on Business Management in the Digital Economy DOI: 10.17770/sie2021vol1.6446
22. История Юридической клиники СПбГУ URL: http://law.spbu.ru/Structure/JurClinic/AboutClinic.aspx
23. https://spbu.ru/news-events/novosti/v-spbgu-otkrylysa-centr-prikladnyh-ekonomicheskikh-issledovaniy
24. Прахалад К., Рамасвами В. Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями. Издательство: Олимп-Бизнес, 2006 г. 352 с.
25. Молчанов Н. Н., Рыбакова Ю. В. Методология разработки инновации, основанной на сотворчестве и сопроизводстве // в: МАРКЕТИНГ СОТВОРЧЕСТВА И ГЛОБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ДОВЕРИЯ под ред. Багиева Г. Л., Юлдашевой О. У. и др. Посвящается 90-летию СПбГЭУ и 30-летию кафедры маркетинга. Санкт-Петербург, 2020 Издательство: Санкт-Петербургский государственный экономический университет (Санкт-Петербург) С. 79–101
26. Сагинова О. В. Концепция совместного создания ценности в высшем образовании. Экономика образования 2020, № 2, С. 19–29.

## References

1. The human capital index 2020 update: human capital in the time of COVID-19 // 2020 International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank
2. https://press.rabota.ru/otkaz-soiskatelyam-raznykh-vozrastov
3. Knowledge Economy: textbook/ed. N. V. Lukashova. — Moscow: Prospect, 2020. — 368 p. pp.321–322
4. Poor A. B. Fundamentals of the organization of university knowledge transfer: Textbook — Nizhny Novgorod: Publishing house of UNN, 2010. — 40 p.
5. Kryaklina T. F., Rettikh S. V. Theory and practice of university knowledge transfer 3.0. // Language and culture. No. 48, 2019 Ss. 154–165 DOI: 10.17223/19996195/48/10
6. Itskowitz G. Triple helix. Universities — enterprises — the state. Innovation in action. / G. Itskowitz; per. from English, ed. A. F. Uvarov. Tomsk: Tomsk Publishing House. State un-ta systems control. and radioelectronics, 2010. — 230 p.
7. Molchanov N. N., Molchanov A. N. Technoparks — the concept of the «fourth spiral» // Innovations. 2014. No. 7 (189). pp. 39–46.
8. Molchanov N. N. Where will modern marketing move // Marketing of Russia. Scientific and pedagogical school «Interaction marketing» / under scientific. Ed. G. L. Bagieva, V. G. Shubaeva, O. U. Yuldasheva. — St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University of Economics, 2022. — pp. 151–158.
9. www.hefce.ac.uk/news/hefce/2008/round 4.htm
10. Grudzinsky A. O., Bedny A. B. Transfer of knowledge as a function of an innovative university // Higher education in Russia. № 9, 2009 P.66–71
11. Artemova D. I. Academic Entrepreneurship in the Digital Economy // In the book: Business Management in the Digital Economy. Collection of abstracts of speeches. Under the general editorship of I. A. Arenkova, M. K. Tsenzharik. 2019. S. 301–303.
12. Bazzina V. A. Application of a clinical approach to teaching at the economics department of a classical university // In the collection: Modern education: integration of education, science, business and government. Materials of the international scientific-methodical conference. In 2 parts. Tomsk, 2022, pp. 207–211
13. Kudryashova E. V.; Sorokin S. E. Transfer of knowledge as a form of implementation of the “Third mission” of the university, Education Science, 2017
14. Konstantinov G., Filonovich S. Intellectual Entrepreneurship and Entrepreneurial University, 2011
15. https://expert.ru/2023/02/14/kto-otvechayet-za-buduscheye-nauka-ili-biznes/amp/
16. Marr A. Institutional approaches to the delivery of business development, 2004
17. Chmelárová Z.; Čonková A. Project Based Learning from the Point of View of Economics. TEM Journal 2021, Volume 10, Issue 2, Pages 832–838, DOI: 10.18421/TEM102-42.
18. Berbegal-Mirabent, J.; Gil-Doménech, D.; Ribeiro-Soriano, D. Fostering university-industry collaborations through university teaching. Knowledge Management Research & Practice 2020, 18 (3): 263–275. https://doi.org/10.1080/14778238.2019.1638738
19. Redko S. G. Approach to the training of specialists taking into account the challenges of the digital economy (on the example of teaching project activities) S. G. Redko, N. A. Tsvetkova, I. A. Seledtsova // Innovations. — 2019. — No. 12 (254). S.22–28
20. Dela Torre-Neches B.; Rubia-Avi M.; Aparicio-Herguedas J. L. et al. Project-based learning: an analysis of cooperation and evaluation as the axes of its dynamic. Humanit Soc Sci Commun 2020, 7, 167. https://doi.org/10.1057/s41599-020-00663-z
21. Tsenzharik M., Project-Based Learning During Online Education: Case of the Master Program on Business Management in the Digital Economy DOI: 10.17770/sie2021vol1.6446
22. History of the Legal Clinic of St. Petersburg State University URL: http://law.spbu.ru/Structure/JurClinic/AboutClinic.aspx
23. https://spbu.ru/news-events/novosti/v-spbgu-otkrylysa-centr-prikladnyh-ekonomicheskikh-issledovaniy
24. Prahalad K., Ramaswami V. The future of competition. Creating unique value together with consumers. Publisher: Oлимп-Business, 2006. 352 p.
25. Molchanov N. N., Rybakova Yu. V. Methodology for the development of innovation based on co-creation and co-production // in: CO-CREATION MARKETING AND TRUST GLOBAL COMMUNICATIONS, ed. Bagieva G. L., Yuldasheva O. U. and others. Dedicated to the 90th anniversary of St. Petersburg State University of Economics and the 30th anniversary of the Department of Marketing. St. Petersburg, 2020 Publisher: St. Petersburg State University of Economics (St. Petersburg) pp. 79–101
26. Saginova O. V. The concept of value co-creation in higher education. Education Economics 2020, No. 2, pp. 19–29.