

УДК 330.1:378.4

УНІВЕРСИТЕТИ В ЕКОНОМІЦІ ЗНАТЬ: ФОРМУВАННЯ КОНПЕТЕНЦІЙ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Шевченко Л. С.

Національний університет «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»

У суспільстві знань на зміну звичайному, викладацькому, університету приходять університети, які надають освітні послуги високої якості, спрямовують навчання на стимулювання науково-дослідницької та підприємницької діяльності своїх випускників, формують інтелектуальний капітал суспільства.

Сутність класичного *дослідницького університету* – інтеграція навчального процесу та фундаментальних наукових досліджень – уперше системно була визначена В. Гумбольдтом у 1809 р. при створенні Берлінського університету. Зараз виокремлюють різні критерії дослідницьких університетів. Наприклад, критеріями для здобуття статусу університету світового рівня, затвердженими Лігою європейських університетів, є: 1) виконання наукових досліджень на світовому рівні (excellence) не менш ніж за трьома напрямками; 2) інтеграція досліджень і освітньої діяльності; 3) підготовка аспірантів (PhD) за науковими напрямками рівня excellence [1, с. 6-7]. За класифікацією ВНЗ, запропонованою Фондом Карнегі, дослідницькі університети характеризуються найбільшим обсягом фінансової підтримки освітньої діяльності, досліджень і розробок з федерального бюджету, а також тим, що щорічно присуджують не менше 50 докторських ступенів за широким спектром наукових досліджень. Так, у США 100 провідних університетів отримують 95% коштів федерального бюджету на науку і освіту. Підготовка спеціалістів найвищої кваліфікації також зосереджена у дослідницьких університетах: 60 % усіх докторантів США підготовлено у 50 таких університетах; ці університети мають і найбільше студентів, які навчаються за магістерськими програмами, а також краще співвідношення чисельності викладачів і студентів (приблизно 1:6) порівняно зі звичайними університетами (1:12). Дослідницькі

університети проводять фундаментальні і прикладні дослідження, які часто не підлягають комерціалізації, відповідно до державних інтересів, готуючи висококваліфіковані кадри для науки і викладання.

Концепція *підприємницького університету* (Г. Іцковіц) сформувалася наприкінці індустріальної епохи. Йдеться про університет, який не просто взаємодіє з промисловістю, а й здатен комерціалізувати результати своєї наукової діяльності, тобто заробити прибуток і залучити додаткові фінансові ресурси. Досвід США вказує на дві моделі становлення підприємницького університету. Перша – університет-підприємець, кафедри й факультети якого пропонують ринку нові науково-навчальні продукти. Друга модель – університет підприємницький за результатом, який надає можливість викладачам, студентам і випускникам виходити на глобальні ринки із заснованими ними інноваційними компаніями. Наприклад, університети Стенфорда і Берклі (штат Каліфорнія), виконуючи замовлення з боку великих корпорацій і Пентагона, фактично створили світовий центр високих технологій, відомий як «Кремнієва долина».

Центральною ланкою діяльності підприємницького університету є комерціалізація та захист *інтелектуальної власності*. Як правило, така робота включає: патентування перспективних наукових відкриттів та одержання прибутку від продажу ліцензій на ці патенти; створення на базі наукових відкриттів і за правової, фінансової та організаційної підтримки університетів *spin off* і *startup* компаній з подальшим одержанням прибутку від їх діяльності або доходу від продажу компанії; організацію для дослідників спеціальних навчальних програм і семінарів з правової і комерційної діяльності в галузі інтелектуальної власності. При цьому велике значення має стан законодавства з інтелектуальної власності. У США, скажімо, найважливішу роль зіграли поправки до закону про патенти і торгові знаки, відомі як закон Бея-Доула (Bayh-Dole Act) 1980 р. Відповідно до них університетам та іншим дослідницьким установам належать права інтелектуальної власності на ті розробки, які проведені за фінансової підтримки держави. Водночас держава сформувала базові умови для взаємодії всіх учасників процесу створення, охорони, передавання та використання технологій. В університетах організовано патентно-ліцензійні відділи. Кожний університет зобов'язаний: 1) подати заявку на патентування винаходу, інакше права повертаються до уряду; 2) винайти можливість комерційного запровадження винаходу, а в разі успіху – виділити частину

доходів від комерціалізації винахіднику; 3) надати агентству, що фінансує університет, звітну документацію; в окремих випадках агентство може затребувати собі право на винахід [2, с. 65-66].

Європейська традиція вищої освіти, намагаючись зберегти свою соціальну спрямованість, вдається до моделі *«інтелектуального підприємництва»*. У ній університети, окрім викладання і наукових досліджень, беруть участь у соціальному і економічному розвитку регіону і країни, побудові наукоємної економіки.

Уперше поняття «інтелектуальне підприємництво» застосував професор Техаського університету в Остині Ричард Червітц. На його думку, інтелектуальне підприємництво насамперед пов'язане з виробництвом нових знань і втіленням їх у конкретні життєві блага завдяки механізмам співробітництва і взаємодії економічних агентів, які на практиці набувають форми різних інтелектуальних співтовариств [3].

У працях російських і українських науковців інтелектуальне підприємництво характеризується як особливий тип підприємництва, здійснюваний інтелектуалами, які створюють соціально-орієнтовані складні інноваційні інтелектуальні продукти, причому керуються не тільки економічними вигодами (прибутком), а й цілями самореалізації і духовно-моральними орієнтирами. Інтелектуальними підприємцями є передусім дослідники і вчені, викладачі та інші високо компетентні фахівців, які займаються комерціалізацією власних ідей і розробок. Інтелектуальне підприємництво реалізується у науково-технічній (НДДКР, інжиніринг, розробка ПО, високотехнологічне підприємництво), креативній сфері (написання літературних творів, малювання, шоу-бізнес, інші види мистецтва, реклама, дизайн тощо); у сфері управління (консалтинг), освіти і підготовки кадрів, наданні інформаційних послуг тощо [4; 5]. Водночас систему інтелектуального підприємництва аналізують як сукупність інститутів виробництва, поширення, обміну і використання знань на окремих рівнях економічної ієрархії [6].

Що ж має змінитися в освітній і науковій діяльності університету, який орієнтується на підготовку інтелектуальних підприємців? Зрозуміло, що нинішній освітній процес, орієнтований на формування у студентів вузьких професійних знань, актуальних в індустріальній економіці, не відповідає вимогам економіки знань. У постіндустріальному суспільстві основними факторами розвитку вищої освіти стають високий ступінь технологічності та інформаційний характер суспільства, використання

комп'ютерних технологій, перетворення інформації на товар; економічна ефективність суспільства на основі соціального прагматизму, процесів децентралізації та глобалізації. Такі зміни у суспільстві впливають на зміну моделі академічної освіти: тенденції вузькоспеціалізованого знання та тотальної професіоналізації починають розмиватися.

Однак вища освіта стикається з певними парадоксами, на які звертають увагу Г. Константинов і С. Філонович. Це: 1) парадокс інформаційної насиченості: доступність великих обсягів інформації в Інтернеті знижує мотивацію студентів до генерації нових знань; замість того, аби інтерпретувати доступну інформацію, зіставляти її з власним досвідом і створювати особисте нове знання, студенти намагаються шукати інформацію в Інтернеті і механічно трансформувати її в очікуваний результат; 2) парадокс невизначеності: зростання обсягу доступної інформації супроводжується зростанням кількості альтернатив у процесі прийняття рішення, що посилює відчуття невизначеності ситуації і тривожності. Людина змушена шукати нову інформацію, в результаті невизначеність ще більш зростає. Аналогічна ситуація і зі знанням. Неможливість переробити значну частину інформації часто посилює у людини відчуття інтелектуальної неспроможності і обмежує бажання генерувати нові знання; 3) парадокс освіти: усвідомлення факту прискореного старіння знань (наявності так званого періоду напіврозпаду знань) призводить до того, що в суспільстві знань цінність знань поступово спадає. Коли цикл здобуття знань у вищій школі (4-6 років) наближається до періоду напіврозпаду знань, передавання знань перестає бути основною метою освіти; 4) парадокс навчання: навчання привчає до запам'ятовування, у той час як у зв'язку зі старінням знань актуальним стає вилучення непотрібного з пам'яті; необхідність розвитку навичок забувати [7].

За таких умов вища школа повинна формувати передусім когнітивні знання (від лат. *cognitio* – знання, пізнання), а саме: 1) знання про те, як проводити дослідження предметної діяльності і здобувати нові знання (потрібні дослідникам, аналітикам, когнітологам); 2) знання про те, як застосовувати нові знання на практиці (використовуються менеджерами і фахівцями у поточній діяльності). Діяльність економічних агентів із забезпечення безперервного розширеного відтворення найновіших, раніше невідомих знань формує засади *когнітивного підприємництва*.

Цілеспрямована управлінська діяльність у сфері створення і розвитку знань про те, як створювати і відтворювати когнітивні знання, становить зміст *когнітивного менеджменту* [8].

Виняткової актуальності набуває компетентністний підхід у навчанні, який передбачає не засвоєння студентами відокремлених знань і вмінь, а опанування ними в комплексі. Якщо «кваліфікація» описує функціональну відповідність між вимогами робочих місць і метою освіти, то «компетенція» («компетентність») означає єдність професійних навичок, умінь і ціннісних орієнтацій, дає можливість діяти адекватно в широких областях. В академічному розумінні компетенція передбачає володіння методологією і термінологією, притаманній певній галузі знань, а також знання діючих у цій галузі системних взаємозв'язків та здатність визначати їх аксіоматичні межі. У професійному контексті йдеться про володіння правом відповідно до своїх знань або повноважень робити щось, судити про щось [9]. В основі відбору та конструювання методів навчання повинна лежати структура відповідних компетенцій і функцій, які вони виконують в освіті.

Університети зобов'язані вчити людину створювати індивідуальний цілісний набір ключових компетенцій і постійно його оновлювати. К. Н. Полещенко і Є. В. Верхогляд ставлять перед сучасною вищою освітою завдання формування *компетенцій інтелектуального підприємництва* для успішної конкуренції своїх випускників в економіці знань. Залежно від співвідношення критеріїв «знати – вміти» та «раціональне – ірраціональне мислення», автори розрізняють такі компетенції інтелектуального підприємництва: *креативну компетентність* (уміти мислити нестандартно, знаходити нове в буденному, володіти технологіями пошуку нових ідей); *аналітичну компетентність* (уміти здобувати, систематизувати й обробляти інформацію; працювати з документами; приймати обґрунтовані рішення; володіти комп'ютерними програмами обробки даних); *інноваційну компетентність* (уміти організовувати команду під новий проект, складати і обґрунтовувати бізнес-план, володіти маркетинговими технологіями, знати, як комерціалізувати бізнес-ідею); *комунікативну компетентність* (володіти технологіями ефективних комунікацій; уміти працювати в групі, швидко адаптуватися до навколишнього середовища) [10].

У практичному плані це означає інтеграцію системи освіти і науки з системою підприємництва шляхом запровадження інноваційних моделей навчання, постійного оновлення змісту освітніх програм та навчально-методичних матеріалів відповідно до найкращих вітчизняних та зарубіжних аналогів, використання нових або вдосконалених технологій навчання з високим ступенем самостійності та активності студентів (наприклад, дистанційного чи телевізійно-супутникового мережевого навчання, Інтернет-технологій, проектних, дискусійних, пошукових форматів), а також нових когнітивних інститутів: дослідницьких мереж, віртуальних лабораторій, малих фірм, у яких викладачі і студенти діють як підприємці, створюючи новації і просуваючи їх на ринки. При цьому слід пам'ятати, що далеко не всі результати науково-дослідницьких робіт, виконаних в університетах, особливо гуманітарного профілю, взагалі можуть бути комерціалізовані. Адже інтелектуальні продукти класичних університетів різноманітні. На наш погляд, важливими є не так уміння науковців заробляти гроші, як вигоди, які одержує суспільство від наукової діяльності університетів. Для економіки знань актуальною є концепція «наукової освіти», яка забезпечує ефективну діяльність в області фундаментальної науки і високих технологій. Важливим завданням університетів стає формування моральних засад соціально-орієнтованої підприємницької діяльності.

Література

1. Чупрунов, Е. В. Классический исследовательский университет в инновационном обществе знаний [Текст] / Е. В. Чупрунов, С. Н. Гурбатов // Университетское управление. – 2010. – № 1. – С. 6-16.
2. Грибанов, Д. В. Зарубежный опыт правового регулирования отношений в сфере инновационного развития [Электронный ресурс] / Д. В. Грибанов. – Режим доступа : <http://www.utmn.ru/docs/4262.pdf>
3. Cherwitz, R. Developing Intellectual Entrepreneurship [Электронный ресурс] / R. Cherwitz. – Режим доступа : <https://webpace.utexas.edu/cherwitz/www/ie/scientist.html>
4. Ахтямов, М. К. Интеллектуализация предпринимательства как объективная закономерность развития экономики знаний [Текст] / М. К. Ахтямов, Н. А. Кузнецова, Л. В. Саакова // Российское предпринимательство. – 2011. – № 4. – Вып. 2 (182). – С. 16-24.

5. Хомин, О. В. Интеллектуальное предпринимательство как форма становления экономики знаний [Электронный ресурс] / О. В. Хомин. – Режим доступа : <http://www.be5.biz/ekonomika1/2007/07hovsez.htm>

6. Чикулаева, Т. Ю. Формирование института интеллектуального предпринимательства: иерархический подход (на примере экономики России) [Электронный ресурс] / Т. Ю. Чикулаева. – Режим доступа : <http://www.textedu.ru/docs/202/index-3787.html>

7. Константинов, Г. Интеллектуальное предпринимательство и предпринимательский университет [Электронный ресурс] / Г. Константинов, С. Филонович. – Режим доступа : http://www.buk.irk.ru/exp_seminar/5/doc1.pdf

8. Салихов, Б. В. Интеллектуальное предпринимательство. Управление когнитивными знаниями современной корпорации [Электронный ресурс] / Б. В. Салихов. – Режим доступа : <http://www.bv-salikhov.ru/intellektualnoe-predprinimatelstvo.html>

9. Томилин, О. Б. Образовательные технологии формирования компетенций в системе высшего профессионального образования [Электронный ресурс] / О. Б. Томилин, А. В. Бриттов, С. И. Демкина. – Режим доступа : <http://www.elar.usu.ru/bitstream/1234.56789/782/1/UM-2005-01-14/pdf>.

10. Полещенко, К. Н. Интеллектуальное предпринимательство: понятийный и образовательный аспекты [Электронный ресурс] / К. Н. Полещенко, Е. В. Верхогляд. – Режим доступа : http://www.index.php?option=com_content&view=article&id=47:intellectual-predprinimatelstvo&catid=32:2010-09-12-06-10-26&Itemid=37