



Любовь Шумская,
профессор кафедры
инновации
и предпринимательской
деятельности
экономического
факультета БГУ, доктор
психологических наук,
профессор

НАУЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Одно из ключевых условий эффективности научной и научно-технической деятельности, ее нацеленности на повышение конкурентоспособности отечественной экономики – коммерциализация инновационных идей, их воплощение в социально востребованный продукт. Следует особо подчеркнуть, что формирование благоприятных условий для этого – один из приоритетов государственной политики Республики Беларусь в области науки. Созданы нормативные и правовые основы для коммерциализации ее результатов, разработан государственный реестр прав на них, сформирована соответствующая инфраструктура: центры трансфера технологий, научно-технологические парки, Национальный центр интеллектуальной собственности, Центр содействия коммерциализации объектов интеллектуальной собственности.

Однако на данный момент остается открытым ряд вопросов, касающихся регламентации взаимодействия науки и бизнеса. Так, нет достаточной правовой базы для обеспечения легитимных механизмов инвестирования бизнесом научных разработок востребованных на рынке товаров и услуг. Отсутствуют меры по стимулированию коммерческих организаций, участвующих в финансировании научных программ и отдельных проектов. Сохраняется проблема недостаточной кооперации предприятий реального сектора и собственно разработчиков инноваций, ученых и исследователей, есть настороженность и недоверие к продуктивности такого сотрудничества. В то же время при отсутствии согласованности между данными субъектами внедрение в практику инновационного продукта, который полностью отвечал бы требованиям заказчика, по нашему мнению, труднодостижимо.

Ключевым препятствием для вовлечения научного работника в процесс коммерциализации выступает существующий дисбаланс между уровнем его компетентности в своей области и в сфере предпринимательства, нацеленной на практическое внедрение созданных им продуктов. Можно констатировать, что на данный момент фактически отсутствуют как теоретические подходы к анализу проблемы предпринимательской компетентности ученого, так и разработанные стратегии ее практической реализации.

В традиционном понимании наука – это область человеческой деятельности, направленная на получение и систематизацию новых, объективных знаний о действительности. Ее главными действующими акторами выступают ученые и исследователи.

Несмотря на относительную условность в дифференциации этих понятий, различают их самостоятельное функциональное назначение.

Ученый – это высококвалифицированный специалист, имеющий ученые степени и звания, подтверждающие его эрудированность и компетентность в определенной области науки. Его миссия состоит в том, чтобы систематизировать новые знания с целью их практического применения.

В свою очередь исследователь – также специалист высокой квалификации, занимающийся изучением и анализом определенных научных проблем, что позволяет добывать интеллектуальный багаж.

Объединяющим началом их деятельности выступает актуальность реализации себя в следующих ключевых ролях:

- *творца-эвриста, открывающего новую страницу в необъятной книге мироздания;*
- *интеллектуала, находящего оптимальные способы решения научно-исследовательских задач;*
- *эрдита, осуществляющего процесс исследования на основе глубокого анализа своей области и осведомленности в смежных сферах науки.*

Безусловно, комплекс функциональных ролей ученого не ограничивается только 3 указанными диспозициями. При более углубленном рассмотрении этот перечень может быть органично дополнен и обогащен [2]. Сложность и многообразие научной деятельности предполагает позиционирование ученого и как лидера в определенной области исследований, аналитика и интегратора процесса научного познания, и как воплощение ряда других ипостасей.

В обсуждаемом нами контексте на повестку выдвигается вопрос об актуальности включения в структуру комплекса ролей ученого его предпринимательского функционала как важного элемента человеческого капитала [4]. Речь прежде всего идет о бизнес-компетентности научного работника, которая, по мнению ряда исследователей (Р.М. Белбин, О.С. Дейнека, А.Л. Журавлев, Е.К. Завьялова, Е.К. Климова, А. Менегетти, В.П. Позняков, Л.Г. Почебут, В.Н. Чикер, А.Е. Чирикова), выступает залогом его готовности к участию в воплощении научной идеи в инновационный продукт [1].

Операционально она может быть охарактеризована посредством следующих компетенций:

- *осведомленность о перспективах развития предпринимательства в Республике Беларусь и его особенностях в научной сфере;*
- *владение основами коммерциализации как разновидностью экономической деятельности;*

- *искусство коммуникативного взаимодействия и эффективного командообразования;*
- *навыки продвижения полученного результата в сферу производства.*

Данный набор не является исчерпывающим. Отсюда важность понимания того, какой индикатор может рассматриваться в качестве инварианта предпринимательской компетентности. Им, по нашему мнению, выступает категория «предприимчивость» как интегральное личностное качество, олицетворяющее способность воплощать идею в реальный продукт [3].

Предприимчивость выражается в целеустремленности и ответственности личности, стремлении бороться и побеждать, потребности в самоактуализации и общественном признании, преобладании мотива достижения над мотивом избегания неудач. В интеллектуальной сфере это качество выражается в способности к принятию решений, креативности, обучаемости, адекватности самооценки. Его поведенческий аспект проявляется в инициативе и исполнительности личности, коммуникабельности и лидерстве, решительности и готовности к риску.

Предприимчивость способствует развитию позитивной мотивации по отношению к избранной профессиональной деятельности, удовлетворенности достигнутыми результатами, стимулирует оценку труда как ценности, и в конечном итоге формирует чувство собственного достоинства личности. Создание конкурентоспособной экономики объективно влечет за собой необходимость появления общества предпримчивых граждан, которые воспринимают выполняемую деятельность как собственное дело, созданное их созидающими усилиями. В этом подходе кроются истоки стимулирования новой мотивации труда – мотивации достижений и успеха.

Предпринимательская компетентность – относительно новая компонента личностной структуры ученого и исследователя. Ее актуализация обусловливается все более возрастающей значимостью предпринимательских инициатив во всех сферах общественного производства, включая научную. Однако сложившийся стереотип восприятия науки как престижной и уникальной разновидности человеческой деятельности, основанной на творческой самореализации личности, требующей полной самоотдачи, принадлежность ученого к элитарной академической или образовательной среде, существенные различия в социальном и функциональном назначении науки и бизнеса выступают серьезным барьером интеграции этих сфер.

Так, согласно полученным нами данным, ключевыми препятствиями участия молодых ученых

в коммерческой реализации инновационных проектов выступают:

- *закрытость научной сферы;*
- *отсутствие необходимого опыта коммуникативного взаимодействия с представителями деловой, в том числе предпринимательской среды;*
- *неразвитость навыков командообразования, проектно-командной деятельности;*
- *несформированный репутационный ресурс молодого ученого;*
- *разбалансированность ценностных приоритетов научной работы, а именно, соотношения значимости прагматических, нравственных и патриотических ценностей [3].*

Обращаясь к предмету нашего обсуждения и осознавая сложность указанных противоречий, важно подчеркнуть, что речь идет не о механическом наложении этих видов деятельности либо их подмене. Вопрос в сотрудничестве и взаимодействии сторон, понимании процесса производства и масштабирования инновационного продукта как совместно распределенной задачи. Для обеих сторон здесь первостепенно глубокое осознание логики данного процесса, понимание возникающих при этом рисков, устойчивости спроса, социальной и экономической целесообразности продукта.

Так, например, если речь идет о совместном запуске стартапа, то есть нового производства, основанного на научной разработке инновационной идеи, то предварительно должна быть четко разработана стратегия ее реализации, включающая в себя следующие элементы:

- *сильную команду профессионалов;*
- *знание рынка и целевой группы потребителей продукта;*
- *наличие прототипа (опытного образца);*
- *финансовые ресурсы (стартовый капитал);*
- *наличие инвестора;*
- *патенты, обеспечивающие охрану объекта интеллектуальной собственности;*
- *наличие экспертов;*
- *государственную поддержку;*
- *потенциальных заказчиков;*
- *участие в распределении доходов.*

Таким образом, деятельность современного научного работника может быть существенно обогащена посредством участия в процессе коммерциализации продуктов научных изысканий. Успешному решению этой задачи будет способствовать реализация таких условий, как:

- *подготовка комплекса научно обоснованных рекомендаций по оптимизации процесса*

управления знаниями исследователя (психограмма, профессиограмма);

- *совершенствование содержания магистерской и аспирантской подготовки, а также форм дополнительного образования;*
- *разработка механизмов экономического стимулирования ученого и исследователя в сфере коммерциализации инновационного научного продукта;*
- *снятие существующих барьеров для внедрения научным работником своих результатов;*
- *дальнейшее развитие имеющейся в Республике Беларусь инфраструктуры сопровождения коммерциализации научного продукта;*
- *развертывание исследований по выявлению механизмов формирования новой мотивации труда и профессиональной деятельности, в том числе мотивации достижений, успеха, одобрения, социального и духовного развития личности;*
- *активизация в общественном сознании представлений о назначении и сущности инновационного движения и требованиях к его потенциальным участникам. На наш взгляд, важна допустимая, в пределах возможного, открытость и пропаганда инновационных разработок, успешных стратегий и практик;*
- *формулировка социального заказа средствами массовой информации на создание информационной продукции о национальных нововведениях с целью их пропаганды, формирования культурных образцов.*

В конечном счете все предложения должны быть нацелены на разработку комплексной программы практической реализации инноваций посредством партнерского взаимодействия науки, образования, государственного и частного секторов экономики. ■

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Завьялова Е.К., Порохова С.Т. Психология предпринимательства. Учебное пособие.– СПб, 2004.
2. Макаревич Р.А. Предпринимательство в структуре деятельности ученого, исследователя. Материалы XX межвузовской науч.-теор. конф. «Человек. Цивилизация. Культура».– Минск, 2016.
3. Шумская Л.И. Проблемы подготовки молодого ученого к коммерческой реализации инновационного научного продукта / Л.И. Шумская // Воспитание и обучение в современном обществе: актуальные аспекты теории и практики. Сборник научных трудов участников VI Международной науч.-практ. конф. / под общей редакцией С.В. Казначеева.– Новосибирск, 2018.
4. Bourdieu P. Okonomosches Kapital, culturelles Kapital, soziales Kapital.– Euttingen, 1983.