

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО*

Орлов В.М.,
студент 5 курса кафедры «Антикризисное управление»,
лаборант-исследователь управления научной и инновационной деятельности
ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» (НИУ), г. Челябинск

1. Теоретико-методологические подходы к формированию интеллектуального предпринимательства

1.1 Теоретическое обоснование сущности интеллектуального предпринимательства

Термин «интеллектуальное предпринимательство» (intellectual entrepreneurship) был предложен американским профессором А.Р. Червитцем в 2002 году. В своей статье «Intellectual Entrepreneurship. A vision for graduate education» А.Р. Червитц придерживался мнения, что «создание материального богатства представляет собой лишь одно из частных проявлений предпринимательства. Интеллект не может быть ограничен академической научной школой, а предпринимательство - это не бизнес, это установка на овладение миром, это процесс культурной инновации» [1]. А.Р. Червитц рассматривает интеллектуальное предпринимательство применительно к системе образования, но подчеркивает универсальность предлагаемой концепции, утверждая, что интеллектуальным предпринимателем может быть не только бизнесмен, но и ученый, студент, аспирант, художник, музыкант, продюсер и т.д.

Основой интеллектуального предпринимательства в концепции А.Р. Червитца выступают четыре ценностных ориентира: видение и открытие (vision and discovery), собственность и ответственность (ownership and accountability), интегральное мышление и действие (integrative thinking and action), сотрудничество и взаимодействие (collaboration and teamwork).

Особым образом в указанной работе представлен механизм реализации данных ценностных ориентиров, обеспечивающий более эффективный обмен знаниями и более широкий доступ к ресурсам. Так, интеллектуальные предприниматели находятся в постоянном поиске новых нестандартных способов решения поставленных задач в области своих профессиональных компетенций. Эти открытия развивают видение потенциальных возможностей будущего роста и сравнимы с появлением экономического предчувствия и интуиции. Индивид всегда остается собственником своих знаний, навыков, опыта, способностей, таланта, в процессе реализации и использования которых приобретает особый «инструментарий», необходимый для реализации видения. Интеллектуальные предприниматели генерируют знания посредством механизма синергии (synergy), что позволяет устранить препятствия на пути реализации специфических интеллектуальных потенциалов отдельных личностей, устранить ограничения в производстве новых знаний и добиться большего социально-экономического эффекта. Сотрудничество и взаимодействие являются неотъемлемыми элементами синергетического эффекта; работая совместно, индивиды организуют интеллектуальные сообщества, состоящие из различных сетей (исследовательские центры, университеты, дискуссионные форумы, венчурные фонды и пр.) и позволяющие преодолеть большинство ресурсных ограничений.

* Исследование выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, соглашение № 14.В37.21.0500 «Разработка алгоритмической модели управления инновационным развитием промышленных предприятий».

Таким образом, концепция интеллектуального предпринимательства А.Р. Червитца имеет определенные шансы на то, чтобы стать отправной точкой в расширении неоклассического понимания феномена предпринимательства в экономической теории. Принимая во внимание различные аспекты реализации предпринимательской функции – предпринимательство как координация факторов производства, предпринимательство как несение бремени риска, предпринимательство как новаторство, А.Р. Червитц особо выделяет исконные шумпетерианские признаки предпринимательства, оставляя за рамками приоритетную максимизацию прибыли.

Микроэкономический аспект максимизирующего поведения фирмы по отношению к показателю прибыли, выделенный А.Р. Червитцем как второстепенный, может вызвать ряд закономерных дискуссии в современной литературе. Предвосхищая такие тенденции, можно сказать, что в условиях новой экономики растущий слой предпринимателей должен выражать интересы инновационно активного класса с четким пониманием важнейшей роли инноваций и науки в обеспечении конкурентоспособности продукции. Накопленный предпринимательский опыт в развитых экономиках убедительно показывает, что целью предпринимательства является не максимальная прибыль, а устойчивое конкурентоспособное положение на рынке, возможность осваивать новые и расширять существующие рыночные ниши, получать инновационную ренту.

Однако, институциональная роль интеллектуального предпринимательства как особого механизма организации деятельности экономических субъектов в пространстве экономики, основанной на знаниях, в работе А.Р. Червитца находится за рамками исследования.

В исследовании сущностных основ интеллектуального предпринимательства особого внимания заслуживают работы профессоров ГУ-ВШЭ Г.Н. Константинова и С.Р. Филоновича. Рассматривая интеллектуальное предпринимательство как фактор конкурентного преимущества в новой экономике, авторы выделяют пять основных признаков интеллектуального предпринимательства [4]:

- 1) интеллектуальное бесстрашие, которое связано с нарастанием сложности знаний и предполагает наличие способностей к преодолению трудностей познания;
- 2) информационная грамотность, проявляющаяся в способности быстро находить и обрабатывать необходимую информацию;
- 3) толерантность к информационной избыточности и неопределенности, что решает проблему «интеллектуального бессилия»;
- 4) способность порождать новое знание;
- 5) мотивация к производству нового знания.

Ориентация на развитие указанных признаков фактически означает формирование индивидуальных критериев успеха личности в условиях экономики знаний.

Все упомянутые подходы объективно связаны с формированием у индивида компетенции интеллектуального предпринимателя как субъекта экономических отношений нового типа. Принимая во внимание значимость данных терминологических уточнений, можно предположить, что весьма актуальной была бы разработка концепции интеллектуального предпринимательства, основанная на переосмыслении роли человека в современной экономике как интеллектуального фактора экономического роста. В данном контексте ключом к пониманию сущностных основ интеллектуального предпринимательства являются исследования человеческого интеллекта и его когнитивных проявлений.

До настоящего времени в экономической теории как такого места интеллекту отведено не было, рассматривался только труд. Однако, если труд как процесс полностью заменил первооснову труда, то интеллект – способность к получению, выработке и применению знаний. Между тем, знание – продукт интеллекта человека; растущие потребности в накоплении новых знаний предопределяют активизацию созидательной

деятельности человека, проявляющуюся в активизации его когнитивных и творческих способностей. Именно знание, а не живой труд в условиях новой экономики обладает производительной силой и конкурентной мощью. Так, Г.А. Ярин считает, что «по мере сокращения рабочего времени и вытеснения производственного рабочего, который в экономической теории является источником стоимости, становится видно, что инновации, в которых воплощен интеллектуальный труд (знания) и его (их) применение заменяет (заменяют) рабочего как источника прибавочной стоимости. Следовательно, причиной происхождения прибавочной стоимости является интеллект общества» [5; С.258].

По сути, нарождающаяся концепция интеллекта в экономической теории носит междисциплинарный характер, объединяет результаты исследований различных наук, достижения экономических школ исследования интеллектуального капитала, экономического роста и т.д. Учитывая, что экономическая наука только приближается к осмыслению категории интеллекта и определению роли интеллектуального ресурса в процессе устойчивого развития, в данной работе предпринята попытка представления интеллекта в философском, социальном и экономическом контекстах.

В энциклопедической трактовке интеллект – это «способность мышления, рационального познания» [6; С.495]. В этом смысле «интеллект», «ум» и «разум» тождественные категории и, следовательно, интеллектуальная деятельность человека отождествляется с умственной. Однако, философские и психологические исследования последних лет, не отрицая системы умственных операции, разума и проницательности, которые превращают восприятие окружающей среды в знания, оперируют к многообразию проявлений интеллекта. Во-первых, интеллект – это «устоявшаяся структура умственных способностей, иными словами, устоявшаяся иерархия знаний» [7].

Во-вторых, характеристика интеллекта как ценности заключается в его потенциальной способности к созиданию, основанному на «материализации» справедливых, духовно-нравственных начал экономического бытия. Интеллект – это созидательно-ориентированные знания и мыслительные способности субъекта, действующего в условиях норм человеческой морали и нравственности, справедливости и высокого уровня общей и экономической культуры [8]. В-третьих, интеллект – это адаптация к среде, «глобальный концепт, включающий способность индивида действовать целенаправленно, думать рационально и эффективно взаимодействовать со средой» [9; С.10]. В-четвертых, интеллект в отечественной психологии рассматривается как проявление «ментального опыта», который определяется как «система индивидуальных интеллектуальных ресурсов, обуславливающая особенности познавательного отношения субъекта к миру и характер воспроизведения действительности в индивидуальном сознании» [10; С.245].

Необходимо подчеркнуть, что представленное междисциплинарное видение интеллекта, как правило, находит отражение в институциональной экономической мысли. В рамках институционализма считается общепринятым факт множественности уровней сознания индивида. Множество образов мышления базируется на подсознательном мировосприятии, которое не подчиняется законам строгой рациональности и принципам максимизации только денежных поступлений.

«Интеллектуальный проыв» в понимании ценности знаний и роли интеллекта человека был совершен еще во второй половине XX столетия. Академик В.И. Вернадский в теории ноосферы подчеркивает материалистический характер научной мысли, сравнивая её с проявлениями природных явлений. Научная мысль, по мнению Вернадского, обладает такой мощью проникновения в окружающее, какой она не имеет в далеких от организмов проявлениях мира. Кроме того, Вернадский отмечает, что «законы природы и законы общества представляются единой линией развития. В процессе эволюции человек, познавая мир, развивал свои знания и одновременно совершенствовал свою материальную базу. Развитие науки давало толчок развитию техники; техника в свою очередь создавала производственную базу для дальнейших научных исследований» [11].

В свете выше сказанного, имеются основания утверждать, что знание как ресурс обладает особым свойством, которое обеспечивает ему важное преимущество в завоевании доминирующего положения по сравнению с классическими факторами производства и в долгосрочной перспективе может рассматриваться как неограниченный ресурс, эндогенный фактор роста экономики, а интеллект как высшая ценность, имеющая в своей основе духовно-нравственное начало, обеспечивает имманентную взаимосвязь человека и природы. Поэтому предлагаемые координатные оси (вектора) философско-психологического и материалистического понимания интеллекта можно считать равноценными и имеющими право на существование в одной системе координат.

В контексте всего изложенного, следует согласиться с тем, что «...интеллект не является какой-либо формой умственных способностей и свойств человека, а представляет собой новое, ноосферное качество его мыслительных и познавательных способностей» [12; С.13].

При исследовании сущностных основ интеллектуального предпринимательства объективно возникает следующий вопрос: любая ли предпринимательская деятельность несет в себе «заряд» интеллектуальной? Для ответа на данный вопрос необходимо обратиться к анализу актуальных положений концепции предпринимательства.

Как известно, большую роль в формировании концепции предпринимательства сыграли идеи Й. Шумпетера. В работе Шумпетера «Теория экономического развития» (1912) представлена динамическая модель хозяйственного развития, движущей силой которого выступает инновационное поведение предпринимателей и вытекающие отсюда технологические изменения, которые сам Шумпетер называл «новыми комбинациями». Он выделял пять групп «новых комбинаций»: 1) производство новых благ; 2) применение новых способов производства и коммерческого использования существующих благ; 3) освоение новых рынков сбыта; 4) освоение новых источников сырья; 5) изменение отраслевой структуры.

Кроме того, Шумпетером была предпринята попытка выделить личностные качества предпринимателя, что обуславливает наличие определенной устойчивой связи между предпринимательскими и интеллектуальными способностями личности. Это – специфическая мотивация, требующая не удовлетворения потребностей, а активной деятельности ради победы над соперниками и радости творчества. Это своеобразный интеллект, отличающийся многообразием форм его проявления и нестандартностью решений, сильная воля и развитая интуиция. Поэтому предпринимательство не составляет профессию или устойчивый общественный класс и не может отождествляться с бизнесом или коммерцией.

Развивая эволюционное направление в экономической науке, Шумпетер акцентировал внимание на глубинных причинах и механизмах развития экономики, среди которых особое внимание уделял конкуренции, основанной на создании и реализации инноваций. Функциональная сторона новаторской деятельности предпринимателя, по его мнению, носит дискретный характер: «новая комбинация» выполняется только до тех пор, пока не превращается в рутину. В этой связи экономическое развитие представляет собой последовательность чередующихся между собой подъемов и спадов, обуславливаемых сменой рутин.

Признавая ценность концепции экономического развития Й. Шумпетера, и учитывая то влияние, которое она оказала на экономическую теорию, необходимо отметить, что эволюция по Шумпетеру все же объективно не могла учесть институциональные факторы, отдавая явное предпочтение инновационно - технологическим. В свою очередь, современный экономический анализ не может основываться только на доминанте технологических инновации, принимая их за основу объяснения экономического роста.

В работах ведущих отечественных и зарубежных экономистов подчеркивается необходимость всестороннего исследования взаимосвязи технологической и институциональной структуры при формировании предпринимательской среды. Д. Норт в

своих исследованиях уделяет особое внимание взаимодействию институциональных структур и технологий, их совместному влиянию на социально-экономическое развитие. По мнению Норта, более низкие транзакционные издержки и более высокие показатели эффективности функционирования агентов в условиях рынка в развитых странах по сравнению со странами третьего мира достигаются за счет создания эффективных разветвленных сетей формальных механизмов взаимодействия путем длительной эволюции институциональных систем [13]. В коллективной монографии под редакцией профессора В.В. Попкова «Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации и экономики знаний» (2007) обосновывает мнение о том, что «ключом к осуществлению институциональных прорывов, которые вряд ли возможны без конституционных ордонансов, технологических прорывов, которые в свою очередь вряд ли возможны без осуществления механизмов концентрации и диффузии нововведений и поощряющей вложения в науку и технологию институциональной среды, служит информация, то есть накопленный тезаурус (знание + опыт) ...» [14; С.189]. Исследования такого рода сегодня приобретают особую ценность, позволяя приблизиться к осуществлению механизмов институционального прогнозирования и планирования трансформации различных секторов российской экономики и западных экономических систем.

Ведущий теоретик Гарвардской школы бизнеса профессор Г. Стивенсон, оперируя к шумпетерианским личностным качествам предпринимателя, характеризует предпринимательство как «поиск возможностей вне зависимости от ресурсов, контролируемых в данный момент» [15]. Предприниматели не только осуществляют подобный поиск, но и видят новые возможности хозяйственной деятельности, что говорит о том, что критерий ограниченности ресурсов не влияет на возможность и спектр экономического выбора. Данная мысль Стивенсона чрезвычайно важна, поскольку она вступает в явное противоречие с классическими принципами экономической теории, но применительно к интеллектуальному предпринимательству и факторам роста новой экономики абсолютно справедлива.

Многие отечественные ученые склонны рассматривать предпринимательский талант как некую производную от «предпринимательского типа экономического сознания» – своеобразного проявления человеческого интеллекта. Так, по мнению А.И. Парамонова, предприниматель – это своего рода синтетический субъект, обладающий качествами управленца, лидера, исполнителя и, конечно, изобретателя – новатора. «Предпринимательский тип сознания представляет собой высший и наиболее развитый (совершенный) с праксеологической точки зрения, качественный конструкт развития сознания вообще» [16; С.48].

Т.С. Орлова в статье «Формирование национальной модели хозяйствования» выделяет семь основных характеристик (свойств) предпринимательского типа сознания [16; С.48-50]:

- 1) креативность как проявление в хозяйственной деятельности творчества;
- 2) авантюризм – нацеленность на прорыв, на мозговой штурм, на агрессию, экспансию;
- 3) оптимизм, то есть вера в успех, в правильность сделанного выбора;
- 4) генеративность – способность к мыслительной импровизации, инвариантности мышления и плюралистичности оценок;
- 5) особая энергетика;
- 6) инновационность как постоянное обновление, модернизация, совершенствование;
- 7) ориентация на лидерство.

Синтез перечисленных характеристик детерминирует предпринимательский тип сознания как некую «онтологическую данность», определяющую особые проявления интеллекта. Отсюда можно предположить, что интеллектуальное предпринимательство является продуктом воспитания личности; человек не может научиться

предпринимательству из книг, так же как нельзя отмерить себе большую долю интеллекта.

Рассматривая ряд подходов к определению сущности интеллектуального предпринимательства, можно заметить, что на данный момент в литературе нет четкого определения данной категории, представлена только схема его использования. Следовательно, в случае, когда роль и место интеллектуального предпринимательства как предметной области исследования воспринимается неоднозначно, целесообразно применение именно институционального подхода, позволяющего выделить не только субъекты интеллектуального предпринимательства и приблизиться к изучению механизмов их непосредственного взаимодействия и сотрудничества, но и оценить степень конкретизации и формализации экономических отношений внутри данного института.

1.2 Интеллектуальное предпринимательство с позиции институционального подхода

В современной литературе понимание институтов имеет широкое толкование. Согласно определению Д. Норта, институты – это правила игры и ограничения неформального и формального характера с учетом механизмов принуждения, организующие взаимоотношения между людьми [13;С.17]. По мнению крупнейшего ученого социолога П.А. Сорокина, институты есть форма социального взаимодействия людей, включающее психофизическую, социокультурную и вещную составляющие [20]. В.Ф. Пресняков институтами считает «устойчивые функциональные, организационно-символические единицы общества, определяющие его нормативно-ценностные характеристики» [21].

Такое широкое толкование институтов позволяет рассматривать интеллектуальное предпринимательство как синтетический институт, обладающий большим спектром отличительных признаков, несущий в себе черты различных систем. В литературе таким институтам присваивается следующий общий знаменатель: «институты, охватывающие гигантские социально-экономические системы», «институты всеобщего охвата», «сверхколлективные образования» и пр.

Выделим основные отличительные признаки института интеллектуального предпринимательства:

- реализация интеллектуального потенциала личности и (или) коллектива;
- как правило, отсутствие цели максимизации прибыли;
- реализация проектов, направленных на генерацию новых знаний, создание и коммерциализацию инноваций, развитие новых секторов (отраслей) экономики страны (региона);
- получение, распространение знаний, навыков, опыта в образовательной или профессиональной среде;
- распространение информации (рыночных сигналов) об особенностях и эффективности функционирования отдельных секторов рынка;
- создание, закрепление и развитие определенных типов культуры (корпоративной, образовательной, исследовательской и т.п.).

На практике те или иные признаки в большей или меньшей степени свойственны определенным субъектам интеллектуального предпринимательства. Например, для института образования характерное выражение имеют все указанные признаки, в то время как институту венчурного предпринимательства, имеющего базисную конфигурацию реализации рискованных инновационных проектов, казалось бы, не свойственны познавательные и образовательные признаки. Однако именно мотивация к получению новых знаний служит необходимым фундаментом для развития данного института.

Следовательно, интеллектуальное предпринимательство в первом приближении представляет собой сверхколлективное образование полифункциональных институтов,

выступающих катализаторами развития сферы знаний, инноваций и информационного сектора, а также их воспроизводства. «При этом соответствующие институты, с одной стороны, являются необходимой инфраструктурой и средством развития сферы знаний <...>, с другой – информация вообще и знания в особенности являются средой формирования и распространения институтов» [17; С. 208] интеллектуального предпринимательства.

Представленные признаки и авторская трактовка интеллектуального предпринимательства дополнительно акцентируют внимание на полифункциональном характере и неоднородности институтов, входящих в состав интеллектуального предпринимательства. Используя понятие «сверхколлективное образование» в трактовке интеллектуального предпринимательства, мы подчеркиваем неопределенный персональный состав системы институтов, в деятельность которых вовлечена огромная масса людей.

Используя разработанный профессором Г.Б. Клейнером перечень общих признаков, присущих системе институтов [17; С. 22-23], можно предложить следующий состав признаков интеллектуального продукта¹, учитывающих особенности интеллектуального предпринимательства в области создания человеческого и вещественного капитала (табл. 1).

Таблица 1 – Признаки института интеллектуального предпринимательства

Признак института	Признаки института интеллектуального предпринимательства	
	для компоненты «человеческий капитал»	для компоненты «вещественный капитал»
Тип номинального носителя института	Индивид, семья, коллектив.	Фирма, организация.
Потенциальные носители института	Фирма, организация.	Индивид, семья, коллектив.
Сфера принятия решений	Как правило, внутренняя среда.	Внутренняя и внешняя среда организации.
Период устойчивости института	Аналогичен средней продолжительности жизни человека - 59-75 лет.	Аналогичен жизненному циклу организации.
Степень формализации института	Формальная (в виде дипломов, сертификатов и пр.) и неформальная (в виде коммуникационных отношений между людьми).	Формальная.
Тип механизмов информирования о норме	Как правило, неформальные коммуникации.	Формальные и неформальные коммуникации.
Тип механизмов непосредственного контроля за соблюдением норм	Преимущественно духовно-нравственные, культурные ценности.	Организационная структура, корпоративная культура, распорядительная документация.

¹ В состав интеллектуального продукта мы включаем две компоненты: вещественный капитал (технологии, базы данных, ноу-хау и т.д.) и человеческий капитал (квалификация, накопленный опыт, профессиональные, информационные, коммуникационные и др. виды компетенций, прочие качества, имеющие отношение к развитию интеллектуального потенциала личности).

Предложенная таблица позволяет выделить носителей института интеллектуального предпринимательства и определить степень его формализации.

Выработка механизмов развития институтов интеллектуального предпринимательства применительно к любому уровню экономической иерархии и межуровневого взаимодействия требует решения вопроса о внутреннем содержании (структуре) интеллектуального предпринимательства. В качестве базиса анализа внутренней структуры в литературе используются различные категории. Так, микроэкономический подход оперирует к производственной функции преобразования ресурсов в готовый продукт, эволюционный – к устойчивой норме делового поведения (рутине), контрактный – сети контрактных отношений и т.д. Предложенные подходы представляются мне в известной степени ограниченными. В современной практике экономической диагностики можно встретить более удачные инструменты, учитывающие влияние и ментальных, и культурных, и когнитивных, и институциональных факторов, разделяющих принципы системного анализа [17; 18; 19]. По нашему мнению, именно эти группы факторов в конечном итоге определяют социально-экономический результат, поэтому их игнорирование значительно снижает степень эффективности прогнозирования развития того или иного института.

Придерживаясь сказанного, можно рассматривать внутреннее содержание интеллектуального предпринимательства в виде определенным образом упорядоченной системы норм с учетом их функционального назначения. Под нормой стоит понимать устойчивое правило поведения, которому следует индивид или группа индивидов. Совокупность норм образует определенную целостность и может рассматриваться как институт.

В качестве функциональных признаков ограничимся двумя параметрами: определением цели нормы и установлением основных ограничений на пути её распространения и влияния на поведение субъектов интеллектуального предпринимательства.

В качестве основных норм, определяющих внутреннее устройство интеллектуального предпринимательства, рассмотрим 1) ментальные, 2) культурные, 3) когнитивные и познавательные, 4) правовые, 5) рыночные, 6) организационно-управленческие и 7) поведенческие нормы.

Схематично соотношение нормы и функционального признака удобно представить в виде следующей матричной модели (табл. 2).

Таблица 2 – Матричная модель представления внутреннего содержания института интеллектуального предпринимательства

	Цель	Ограничения
Ментальные нормы	Осмысление и интерпретация различных явлений, в результате чего формируется восприятие, стереотипы поведения, вырабатывается способность к прогнозированию.	Длительный период формирования восприятия и ликвидации ментальных норм. Индивидуальные и групповые особенности мышления.
Культурные нормы	Сохранение, распространение и воспроизводство желательных моделей поведения.	Наличие нежелательных моделей поведения, условия борьбы с ними.
Когнитивные и познавательные нормы	Формирование базы знаний, закрепление, накопление и передача знаний.	Наличие когнитивных, информационных ограничений.
Правовые нормы	Закрепление формальных регулятивных принципов, предписывающих или запрещающих те или иные	Отсутствие фундаментальных правовых механизмов взаимодействия агентов, наличие институциональных

	действия.	ловушек.
Организационно-управленческие нормы	Формирование типа и структуры управления операционными подсистемами.	Специфичность активов и ресурсов, методов управления и пр. Особенности контрактных отношений.
Рыночные нормы	Накопления опыта участия в рыночных транзакциях.	Неразвитость рыночной инфраструктуры. Оппортунистическое поведение агентов.
Поведенческие нормы	Закрепление и структурирование тактических образцов поведения.	Расхождение, конфликт моделей поведения внутри коллектива (группы).

Ментальные нормы связаны с формированием восприятия и интерпретацией сигналов внешней и внутренней среды, отражают характеристики мышления индивидов. Для субъектов интеллектуального предпринимательства данная норма определяет их отношение к риску, к прибыли, склонность к консервативному или новаторскому поведению. Нормы культуры обеспечивают сохранение, распространение и воспроизводство устойчивых образцов поведения. Если речь идет об институте высшего образования, то это студенческая культура, особая корпоративная культура, отличная от корпоративной культуры предприятия и т.д. Целью когнитивных и познавательных норм является накопление знаний путем отбора, восприятия, переработки и интерпретации информации. Правовые нормы накладывают законодательно установленные ограничения на осуществление определенных действий или, наоборот, санкционируют образцы поведения. Организационно-управленческие механизмы являются выражением типа и структуры управления институтом, определяют характер информационных и коммуникационных систем, а также степень их формализации. Рыночные нормы характеризуют транзакционную специфику институционального взаимодействия агентов, накопления опыта участия в транзакциях, а также создание, закрепление и совершенствование механизмов рыночного поведения субъектов интеллектуального предпринимательства. Нормы поведения отражают некие образцы реализации устойчивой последовательности действий и могут заимствоваться агентами как из внутренней, так и из внешней среды.

Согласно представленной матрице внутреннее содержание института интеллектуального предпринимательства следует рассматривать как многослойное. Первые четыре нормы относятся к базовому (фундаментальному) уровню, поскольку они глубоко укоренились в сознании общества. Их изменение происходит только в долгосрочном периоде. Последние три нормы в матричной модели составляют функциональный уровень внутреннего содержания интеллектуального предпринимательства. Жизненные циклы данных норм характеризуются более коротким периодом времени, а функциональные параметры значительно подвержены изменениям внешней институциональной среды.

В заключении отметим, что рассмотренные соображения создают определенные предпосылки для последующего изучения и анализа интеллектуального предпринимательства как системы отношений и коммуникаций людей в экономике по поводу формирования и использования конкурентных ресурсов новой экономики – знаний.

1.3 Формирование института интеллектуального предпринимательства: иерархический подход (на примере экономики России)

В исследовании института интеллектуального предпринимательства целесообразно использовать иерархический подход, поскольку институциональный признак рассматривается в данном подходе в качестве основы экономической иерархии, её фундамента. Здесь задается структура всей рассматриваемой экономической системы, экономические агенты эволюционируют на основе приспособления и адаптации к существующим институциональным правилам поведения. [22; С. 179-182]

В современной научной литературе проблемам анализа межуровневых связей в экономике уделяется недостаточно внимания. В месте с тем неоспоримым преимуществом иерархического подхода является то, что он позволяет не только выделить экономических агентов – носителей того или иного института разного уровня хозяйствования, но и произвести оценку их взаимного влияния в рамках построения определенной организационной системы.

В нашем случае система интеллектуального предпринимательства может быть представлена в виде совокупности институтов производства, распространения, обмена и использования знаний на отдельных уровнях экономической иерархии.

В рамках иерархического подхода представляется возможным рассмотреть три уровня иерархии:

- микроуровень - состоит из обособленных экономических агентов новой экономики (фирма, организация, индивид);
- мезоуровень - включает такие институты интеллектуального предпринимательства, которые оказывают существенное влияние на развитие экономики региона или отрасли;
- макроуровень - представлен группой макроэкономических институтов интеллектуального предпринимательства.

Рассмотрение объектов различных уровней иерархии было бы не полным без классификации институтов, входящих в систему интеллектуального предпринимательства по отношению к субъектам. В соответствии с классификацией институциональных теорий О. Уильямсона [23], институциональную организацию интеллектуального предпринимательства можно представить с позиции разделения на внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные) институты. Первое направление анализирует процессы производства, распространения, обмена и использования знаний для каждого уровня иерархии «изнутри», то есть с точки зрения субъекта, генерирующего данные процессы. Второе направление исследует указанные процессы «извне», выделяя функции посредника в реализации данных процессов у тех или иных институтов (например, юридическое сопровождение сделок связанных с изменением правового статуса объекта интеллектуальной собственности, поиск источников финансирования, предоставление различных гарантий, оказание маркетинговых, консалтинговых и др. услуг).

Данный подход к пониманию института интеллектуального предпринимательства на основе вышеизложенных критериев, возможно использовать для упорядочивания системы институтов интеллектуального предпринимательства, формирующихся в России (табл. 3).

Таблица 3 – Институциональная организация интеллектуального предпринимательства в экономике России

ИНСТИТУТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	
<i>с позиции эндогенных параметров</i>	<i>с позиции экзогенных параметров</i>

УРОВНИ ИЕРАРХИИ ЭКОНОМИКИ	<i>микро-уровень</i>	<ul style="list-style-type: none"> ●фирмы-новаторы; ●университеты, НИИ, КБ; ●венчурные компании; ●исследователи и изобретатели, работающие автономно; ●инновационные менеджеры. 	<ul style="list-style-type: none"> ●посреднические фирмы и организации, соединяющие производителей знаний (НИИ, университеты) с их потребителями; ●юридические фирмы, организующие процесс оформления интеллектуальной собственности на стадиях её возникновения, передачи, трансформации.
	<i>мезоуровень</i>	<ul style="list-style-type: none"> ●отделения Российской Академии наук (РАН); ●технопарки (Западно-Сибирский центр нефти и газа в г. Тюмень, ОАО «Технопарк-Зеленоград» и т.д.); ●бизнес-инкубаторы*; ●региональные инвестиционные фонды (Инвестиционный фонд Краснодарского края, реализация проектов частно - государственного партнерства); ●особые экономические зоны («Дубна» в Московской области, «Казинка» в г. Липецк и т.д.); ●центры переквалификации кадров*. 	<ul style="list-style-type: none"> ●региональные венчурные фонды (Фонд содействия развития венчурных инвестиций в малые предприятия в научно-технической сфере Свердловской области, р. Татарстан и т.д.); ●региональные инвестиционные агентства (под эгидой НАПИ); ●гарантийно - залоговые фонды*.
	<i>макроуровень</i>	<ul style="list-style-type: none"> ●РАН; ●ОАО «Российская венчурная компания»; ●ОАО «Особые экономические зоны»; ●ГК «Российская корпорация нанотехнологий» 	<ul style="list-style-type: none"> ●Инвестиционный фонд РФ; ●Национальное агентство прямых инвестиций (НАПИ); ●Российская ассоциация венчурного инвестирования; ●Федеральный фонд содействия развитию малых форм предпринимательства в научно-технической сфере; ●ОАО «Российский инвестиционный фонд информационно-коммуникационных технологий».

* данный институт существует в большинстве регионов РФ

Как видно из таблицы, характерной чертой институциональной организации интеллектуального предпринимательства в России является её многоуровневость. Институты микро-, мезо- и макроэкономического уровня находятся в диалектическом единстве, их взаимодействие порождает различные по силе рефлекторные реакции, далеко не все из которых могут быть легко обнаружены. Использование институционального и иерархического подходов в исследовании процессов трансформации, корреляции и эволюции институциональных систем, позволит сформировать более конкурентную и управляемую систему институтов интеллектуального предпринимательства в российской экономике [24].

2. Ключевые направления совершенствования системы интеллектуального обеспечения предпринимательства в России

Анализ уровня развития интеллектуальных ресурсов РФ показал их высокий потенциал и низкую эффективность использования. Так, в 2009г. 28,2% населения РФ имели высшее образование. К 2015 году доля таких людей должна возрасти до 30%. В целом, начиная с 2000 года, доля населения с высшим образованием должна возрасти на 8,3%, с 21,7 до 30%. За тот же период доля населения со средним и начальным профессиональным образованием должна возрасти с 39,6 до 53,5%.[29]

Согласно международной статистике, в США в 2005 году доля населения с высшим образованием оценивалась на уровне 30%, Финляндии – 18%, Франции, Германии – 15% [30; С. 4-20]. Отсюда следует, что уровень развития интеллектуальных ресурсов РФ достаточно высок. Однако эффективность их использования в экономике низкая (рис. 2.1).

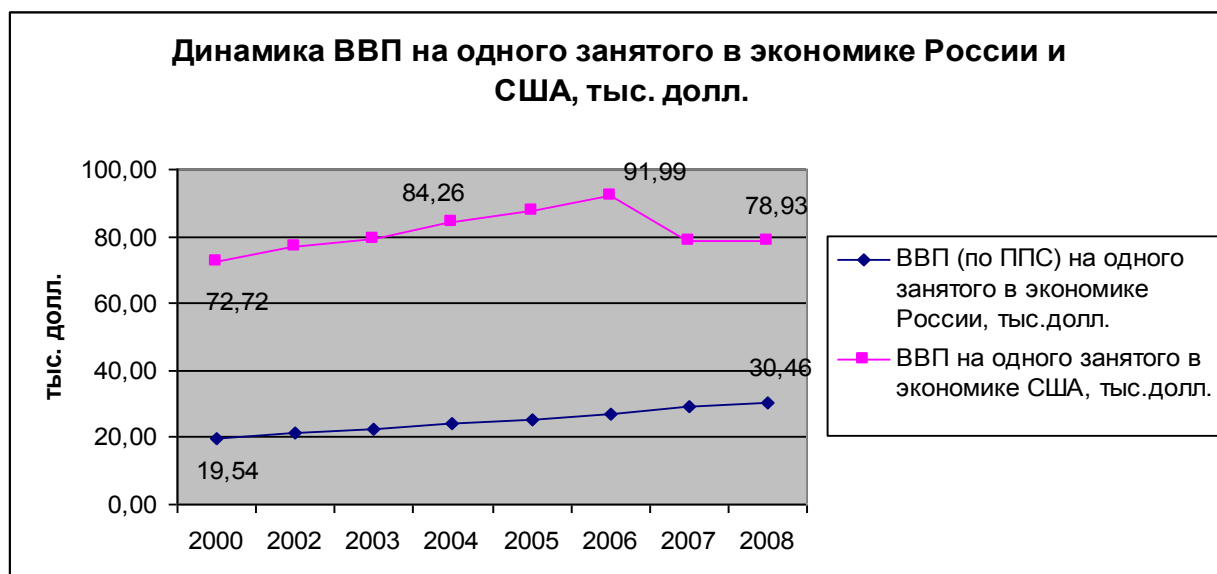


Рисунок 1 – Динамика ВВП на одного занятого в экономике России и США [31]

Так, расчет динамики ВВП (ВВП РФ по ППС²) на одного занятого в экономиках России и США показал, что РФ в период с 2000-2008гг. отставала от США в среднем в 3,3 раза, имея положительную динамику (в 2008г. - в 2,6 раз) (рис.3). Расчет НД на одного занятого в России и США показал отставание России в 1,7 раз [31].

Образование в России вносит в ВВП меньший вклад, чем в среднем по странам мира. Так, доля образования в ВВП США составляет около 10% в то время как в России – менее 3% [32]. Это также доказывает, что эффективность использования потенциала системы образования в экономике России низкая.

Неэффективность использования интеллектуальных ресурсов РФ демонстрируют также данные отрицательной динамики числа исследователей при наличии противоположной тенденции в мире. Так, общая численность работников, выполнявших научные исследования в России за период с 2000 по 2008 гг., сократилась на 10% при наличии тенденции роста общего числа исследователей в мире на 35% в период с 1999-2006 гг [33].

Россия до сих пор теряет интеллектуальные ресурсы в связи с миграцией ученых и исследователей за границу. Так, Россию ежегодно покидает 200-250 тыс. высококвалифицированных научных работников. В 2009г. за границу уехали 6100 молодых ученых [2].

² ППС – паритет покупательской способности

По числу патентных заявок на млн. чел. Россия уступает всем развитым странам (195,86 заявок на млн. чел., что в среднем в 1,5-3 раза меньше, чем в США, Японии, Франции, Германии и Великобритании), однако пока обгоняет Китай и Индию.

Низкая патентная активность показывает не только неэффективное использование интеллектуальных ресурсов, но и неразвитость инновационного сектора экономики, отсутствие мотивации у бизнеса следовать инновационному пути развития, что в свою очередь является следствием отсутствия благоприятной институциональной среды, стимулирующей развитие инноваций.

По моему мнению, для развития интеллектуальных ресурсов в стране необходимо, прежде всего, выработать четкие приоритеты долгосрочной государственной экономической и промышленной политики на основе тщательного форсайта НТП. Далее следует выработать соответствующую государственной политике стратегию развития системы образования. Система образования должна стать ключевым интегратором интеллектуального и инновационного обеспечения экономических субъектов.

Обзор требований экономики знаний к обществу и анализ современного уровня развития России и ее интеллектуальной сферы позволил выделить следующий ряд проблем:

- отсутствие взаимодействия и, как следствие, доверия между системой науки и образования и системой предпринимательства для осуществления встречного технологического трансфера;

- неэффективное использование интеллектуальных ресурсов страны: несоответствие структуры экономики страны квалификационной структуре трудовых ресурсов, неразвитость интеллектуального предпринимательства;

- неразвитая инфраструктура экономики знаний, особенно ее информационно-коммуникационный сектор;

- неразвитая институциональная среда экономики знаний – отсутствие эффективной системы защиты прав интеллектуальной собственности, экономических стимулов для развития интеллектуальных продуктов (инноваций), государственной поддержки инновационного предпринимательства, предпринимательской культуры.

Преодоление выявленных проблем возможно только при реализации комплексной государственной политики, направленной на развитие условий, способствующих воспроизводству и эффективному использованию интеллектуальных ресурсов.

Была выявлена устойчивая взаимосвязь между эффективностью функционирования интеллектуальной сферы страны и развитием инновационного предпринимательства. Главными причинами, препятствующими формированию эффективной инновационной системы страны, являются институциональные. Прежде всего, это отсутствие целостной и сбалансированной государственной промышленной и инновационной политики, основанной на тщательных и долгосрочных форсайтах. Отсюда происходят другие системные проблемы: неэффективное государственное регулирование инновационных процессов, несбалансированное финансирование инновационного развития и т.п.

Следовательно, для реального перехода на инновационный путь развития в стране должны быть созданы средовые условия, включая развитие институциональной среды, инновационной и знаниевой инфраструктуры, каналов интеллектуального обеспечения предпринимательства, а также эффективно функционировать новые формы организации инновационного предпринимательства – сети и кластеры, которые активно распространяются за рубежом и способствуют инноватизации экономики. [34]

Возникает естественный вопрос: «Можно ли обучать интеллектуальному предпринимательству?» Может ли эту задачу решить классический университет или нужны университеты нового типа? Может ли обучать предпринимательству университет, который сам не является предпринимательским?

Со времени создания В. Гумбольдтом современной модели университета его основными функциями считались генерация и распространение знаний. Для решения этих

задач университету необходимы ресурсы. Ограниченность ресурсов естественным образом лимитирует возможности решения основных задач университета. Используя определение Стивенсона, можно сказать, что предпринимательский университет постоянно ищет возможности преодолеть эти ограничения.

Таким образом, университет, желающий называться предпринимательским, может и должен преодолевать ограничения в трех сферах:

- в сфере генерации знаний, постоянно работая над разработкой новых исследовательских методов и исследованием новых областей знания или новыми проблемами в уже известных областях;
- в сфере преподавания, развивая инновационные методы обучения и модифицируя содержание обучения путем отражения в нем новейших достижений науки и практики;
- в сфере внедрения знаний в практику с помощью различных видов взаимодействия с внешней средой.

Отметим, что неправомерно преувеличивать значение какой-либо из этих сфер в ущерб другим. Такое преувеличение в долгосрочной перспективе неизбежно приведет к возникновению серьезных трудностей.

Так, например, пренебрежение инновациями в образовании при концентрации на исследовательской деятельности может привести к истощению важного ресурса: сократится приток молодых талантливых исследователей, воспитанников данной научной школы. Избыточный акцент на преподавании в ущерб исследованиям приводит к снижению квалификации преподавателей. Отсутствие постоянного контакта с практикой связано с риском «схоластизации» исследований, превращение их в самоцель. Последствия отсутствия связи с практикой для преподавания очевидны.

Таким образом, можно сформулировать следующее определение. Предпринимательский университет – это высшее учебное заведение, которое систематически предпринимает усилия по преодолению ограничений в трех сферах – генерации знаний, преподавании и преобразовании знаний в практику – путем инициирования новых видов деятельности, трансформации внутренней среды и модификации взаимодействия с внешней средой.

Ограничения во всех трех указанных сферах всегда сопряжены с дефицитом основных видов ресурсов, а именно: финансовых, информационных и человеческих. Привлечение этих ресурсов часто воспринимается как основной признак предпринимательства, однако, по нашему мнению, это представление ошибочно, поскольку поиск ресурсов вторичен по отношению к преодолению ограничений в трех указанных выше сферах. Тем не менее без разрешения проблемы ресурсов предпринимательская деятельность университета невозможна, поэтому здесь приходится прикладывать весьма серьезные усилия. Традиционные университеты, как правило, рассматривают ресурсную проблему как задачу, которую должны решать не они, а среда, в которой они функционируют. Парадоксально, но когда среда действительно берет на себя решение этой проблемы, предпринимательский потенциал университетов лишь снижается.

Важно подчеркнуть, что проблема ресурсов связана с необходимостью серьезных преобразований как во внутренней среде университета, в частности, изменения его корпоративной культуры, так и преодоления тенденции в изоляции от внешней среды, построения «башни из слоновой кости».

В целом проблему предпринимательства в деятельности университета можно схематически представить в виде матрицы (рис. 2.2).

Истинное предпринимательство \ Преодоление ресурсных ограничений	Преодоление дефицита человеческих ресурсов	Преодоление дефицита финансовых ресурсов	Преодоление дефицита информационных ресурсов
Преодоление ограничений в сфере генерации знаний			
Преодоление ограничений в сфере преподавания			
Преодоление ограничений в сфере внедрения знаний в практику			

Рисунок 2 – Матрица предпринимательской деятельности университета

С помощью данной матрицы можно зафиксировать те области, в которых университет концентрирует предпринимательскую активность. В качестве примера рассмотрим предпринимательскую активность, связанную с инновациями в области преподавания.

Изменения характера деятельности человека и общества в информационную эпоху, столь ярко описанные М. Кастельсом, привели к возникновению ряда парадоксов, связанных с образованием, которые заставляют по-новому взглянуть на традиционные представления о том, чему и как нужно учить в новых условиях.

Скандалы, прокатившиеся по западным университетам и связанные с обнаружением интернет-плагиата, т.е. с использованием интернет-ресурсов при выполнении учебных заданий, ярко высветили проблему, которую можно назвать парадоксом информационной насыщенности. Выясняется, что доступность больших объемов информации в интернете снижает мотивацию обучающихся к генерации нового знания. Вместо того чтобы интерпретировать доступную информацию, сопоставлять ее со своим личным опытом и создавать личное новое знание, студенты и слушатели предпочитают искать информацию в интернете и механически трансформировать ее в ожидаемый от них результат. Мало того, что при этом часто происходит подмена знания информацией. Хуже то, что у обучающихся стираются различия между знаниями и информацией, не вырабатываются навыки критического анализа информации, ведущего к формированию знания.

Вторая проблема, в определенной мере связанная с первой, может быть определена как *парадокс неопределенности*. Увеличение объема доступной информации приводит к умножению числа альтернатив в процессе принятия решений, что усиливает ощущение неопределенности ситуации. Социальная психология давно пришла к выводу, что рост неопределенности часто приводит к ощущению повышенной тревожности и снижает толерантность человека по отношению к внешнему миру. Эта тревожность заставляет искать новую информацию с целью уменьшения неопределенности, но в результате этого поиска неопределенность только возрастает. Аналогичная ситуация возникает и со знанием. Знание лишь расширяет зону незнания.

Здесь вполне уместно провести аналогию между изменением психологии человека Средневековья, описанным Э. Фроммом в его классической работе «Бегство от свободы», и изменениями в психологии наших современников. Фромм связал отделение человека от

природы и разрушение традиционных социальных отношений, характерных для эпохи Средневековья, т.е. рост свободы, с возникновением у человека ощущения повышенной тревожности, которое в конечном итоге привело к бегству от свободы. Рост доступности информации фактически ведет к освобождению человека от информационной зависимости, т.е. к тому же росту свободы. Одновременно грандиозность соответствующих объемов информации и очевидная невозможность их переработать зачастую приводят человека к осознанию собственного интеллектуального ничтожества, что в еще большей степени ограничивает желание генерировать новое знание.

В наши дни стало привычным использование понятия «период полураспада знаний», обозначающего время, за которое знания в конкретной области устаревают наполовину. В областях, относящихся к высоким технологиям, этот период составляет 2-2,5 года, в других областях он несколько больше, но вряд ли превышает 7-8 лет. Между тем в традиционном понимании образование ориентировалось на передачу знаний, причем получение качественных или уникальных знаний гарантировало личности конкурентные преимущества. Вследствие отмеченного ускоренного старения знания эти конкурентные преимущества в наше время перестают быть решающими. Осознание этого факта приводит нас к еще одной проблеме, которую мы назовем парадоксом образования: в обществе, основанном на знании, ценность полученного знания с течением времени снижается. Когда цикл получения знания составляет 4-6 лет и приближается к периоду полураспада знания, передача знаний перестает быть основной целью образования.

В связи с парадоксом образования находится и другая проблема, которую можно назвать парадоксом обучения. Обучение приучает к запоминанию, в то время как в связи с устареванием знаний становится все существенней устранение ненужного из памяти: необходимо развитие навыка забывать. На это обстоятельство уже указывали исследователи так называемых обучающих организаций (learning organization). Например, в работе Холана, Филиппа и Лоуренса с примечательным названием «Искусство корпоративной забывчивости» поясняется, что «успешные компании способны быстро реагировать и приспосабливаться к быстро изменяющемуся окружению, умея не только учиться, но и забывать. Увеличивая свои способности к обучению, компании должны в той же мере развивать свою способность забывать. Иначе они легко и незаметно будут усваивать контрпродуктивные знания – например, вредные привычки». По моему мнению, то же относится и к отдельным людям. Общественная трансформация, формирование нового общества, основанного на знаниях, выводит на поле конкурентной борьбы каждого человека отдельно. Возникает необходимость построения личных конкурентных преимуществ, и формула их построения аналогична тому, что сегодня происходит в бизнесе. Правда, ситуация здесь сложнее, поскольку социум расслаивается на относительно замкнутые сообщества знаний, которые, с одной стороны, конкурируют с другими сообществами знаний за власть и влияние, а с другой – внутри каждого из них складывается конкуренция на индивидуальном уровне.

Поток информации, который сегодня растет с каждым днем, может быстро поглотить любого, кто попытается его освоить или за ним уследить. Но это только начало процесса: поток знаний будет нарастать с ускорением, и уследить за ним одному человеку будет тоже невозможно. Поэтому и возникает проблема создания индивидуального целостного набора знаний. Научить человека создавать такой набор и постоянно его обновлять и есть основная задача университета будущего. В этом, на мой взгляд, состоит основа предпринимательства в области образования. Знания становятся все более многообразны, и каждый человек вправе выстраивать свой индивидуальный набор ключевых компетенций. Дать студенту эту свободу нужно как можно раньше. Новая логика подсказывает, что продолжительность получения унифицированных знаний должна быть сокращена, а процесс пополнения и совершенствования знаний должен стать непрерывным. Роль современного образования состоит в выработке нового опыта и технологий, на основе которых можно затем трансформировать и подходы к образованию

в целом. Рассмотрим два аспекта образования – стандартизацию и дифференциацию. Стандартизация образования необходима для построения основ взаимодействия, как социального, так и профессионального. Стандарты ориентированы на выработку и поддержание общего языка, на формирование единого ядра знаний. Дифференциация ориентирована на создание личных конкурентных преимуществ, персональных систем знания. Образование призвано решить обе задачи. Рассмотрим позиционирование современного университета в координатах «стандартизация – дифференциация» (рис. 2.3).

Уровень дифференциации	Высокий	Творческие мастерские Специализированные тренинги Формирование специальных навыков	Идеальный университет
	Низкий	«Волонтеры» как агенты распространения знаний	Массовый университет
		Уровень стандартизации	
		Низкий	Высокий

Рисунок 3 – Стандартизация и дифференциация в деятельности университетов

В левом нижнем углу представлены образовательные проекты, ориентированные на распространение знаний, которым обычно занимаются добровольцы на ниве борьбы с безграмотностью. Ярким примером здесь может быть общество «Знание» советского образца. Высокий уровень дифференциации традиционно обеспечивает образование, построенное по принципу творческих мастерских и доминирующее в сферах культуры и искусства. Сюда же можно отнести специализированные тренинги, формирующие уникальную композицию личных качеств, специализированных навыков. В правом нижнем углу находится массовый университет, логика формирования которого выглядит следующим образом. Для успешного функционирования современного человека среднего образования уже не достаточно. Необходимо создать высокоэффективную систему распространения знаний на уровне высшего образования с большим масштабом и достаточно низкой ценой. Современные информационные технологии позволяют это сделать, и многие идеи массового дистанционного образования связаны с этим подходом. Сюда же можно отнести программы профессиональной сертификации, в рамках которых профессиональные сообщества формируют и поддерживают собственные стандарты профессиональной деятельности. В этом сегменте диплом является официальным подтверждением соответствия стандарту. Сам стандарт может быть как государственным, так и профессиональным. Идеальный университет базируется в правом верхнем сегменте. Он одновременно на высоком уровне должен решить обе задачи – стандартизации и

дифференциации. В классических университетах решение этих задач осуществлялось через совмещение стандартизированных программ с одновременным приобщением лучших студентов к научным школам, во главе которых стояли выдающиеся ученые. Формирование научных школ является в этом случае обязательным элементом, формирующим дифференциацию в образовании. Такое образование характеризуется более гибким подходом к стандартам, наличием большого числа курсов по выбору, специализаций и возможностью для студентов создавать собственные направления более углубленных знаний внутри научных школ. Массовый университет через стандарт ориентирован на нижнюю планку знаний, которую студент должен преодолеть. Большого от него не требуется. Идеальный университет ориентирован на верхнюю планку личных достижений и воспитания естественнонаучной элиты.

В значительной мере лидирующие бизнес-школы воспроизводят модель идеального университета. Различие лишь в том, что вместо научных школ дифференциация создается через взаимодействие с практикующими консультантами. Внутри таких школ существуют творческие лаборатории трансляции передового управленческого опыта. Таким образом создаются уникальные навыки и знания студентов.

В классическом университете акцент на дифференциацию оказывался меньшим, чем акцент на стандартизацию. Становление общества знания существенно смещает акценты в сторону дифференциации. Парадоксы современного образования свидетельствуют о том, что формирование стандартов может существенно отставать от потребностей общества. Именно это сейчас можно наблюдать в российском образовании. Попытки обновления стандартов раз за разом терпят неудачу, поскольку не существует методологии их обновления. Наиболее ярким примером является ситуация в области менеджмента, который до сих пор существует в пространстве между социальными и экономическими науками. Нет удовлетворительной системы измерения соответствия стандартам. Наличие томов книг в библиотеке или число профессоров уже давно не могут быть измерителями реального положения дел. При некачественных стандартах формирование массового университета может нанести существенный урон обществу, вести к потере темпа в развитии студентов, практически спланированному размыванию личных конкурентных преимуществ.

Намечающаяся тенденция многообразия стандартов соответствует тенденциям в формировании сообществ знания, которые создают собственные стандарты внутреннего взаимодействия. Смещение акцентов в сторону дифференциации ставит перед системой университетского образования новые задачи. Научных школ в новых условиях уже явно недостаточно. Нужны иные подходы к дифференциации. В какой-то мере эти подходы могут лежать в разработке методологии освоения знаний, умения учиться, создавать персональные знания, позволяющие эффективно управлять парадоксами образования. Намеренно используется столь непривычный термин, как «управление парадоксами», поскольку применительно ко всем четырем проблемам невозможно найти раз и навсегда правильное решение: это решение должно быть динамическим. Тем не менее, на мой взгляд, определенная корректировка цели образования поможет смягчить описанные проблемы. К прочим целям образования, по моему мнению, должна быть добавлена задача формирования интеллектуального предпринимательства.

Рассмотрим подходы к накоплению и использованию знаний в контексте двух развивающихся в экономике процессов. Первый процесс – экономическая глобализация, второй – инновация и формирование экономики знаний.

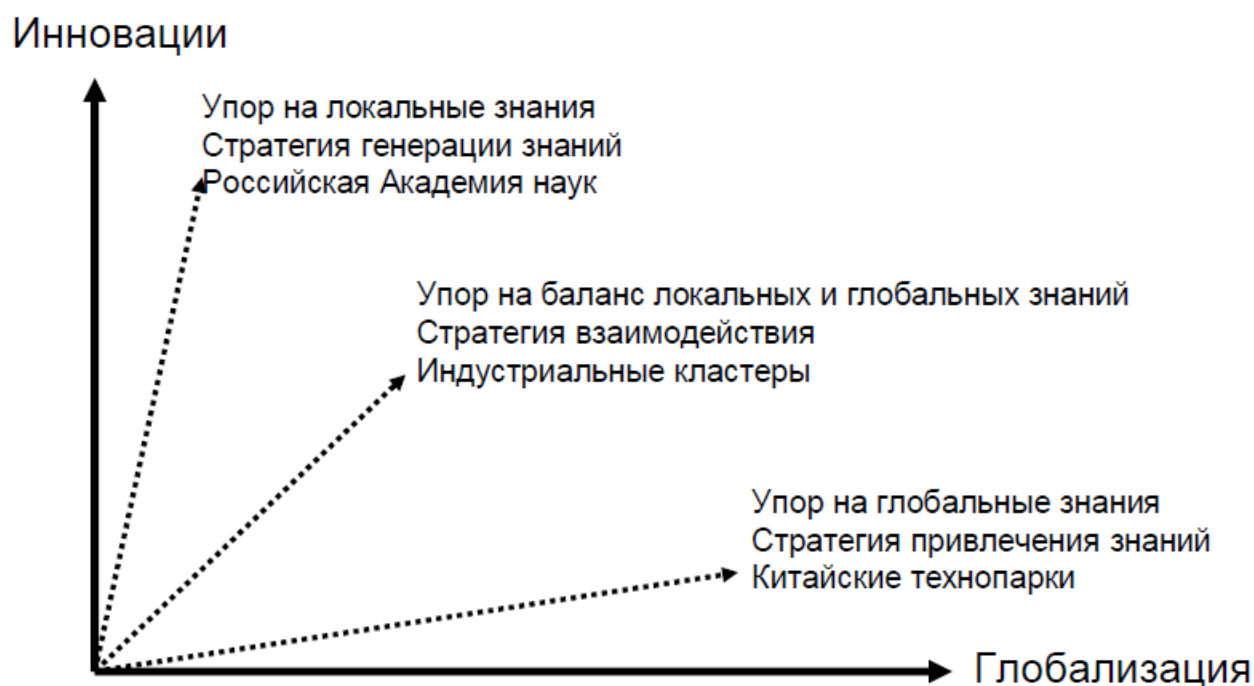


Рисунок 4 – Организационные формы генерирования и использования знаний

На рис. 2.4 выделены различные подходы к организации процессов генерирования знаний. В большей мере упор на инновации и знания при умеренных акцентах на глобализации присущ классической академии наук. Стремление использовать знания, генерируемые в глобальном пространстве, присуще модели китайских технопарков. Усилия сосредоточены не на локальных кадрах, а на создании условий для притока кадров со всего мира. Технопарки создают благоприятные условия как глобальным компаниям для создания там собственных исследовательских подразделений, так и ученым, которые могут реализовать свои замыслы в комфортных условиях. Промежуточную зону занимают индустриальные кластеры, в рамках которых создается сильный потенциал генерации знаний с одновременной привлекательностью, которая обусловлена большой концентрацией интеллектуальных сил на локальной территории с соответствующими обслуживающими институтами. Роль предпринимательского университета в каждой организационной конструкции различна.

Индустриальные кластеры – наиболее вероятная зона ускоренного формирования предпринимательских университетов. Майкл Портер дал следующее определение индустриального кластера.

Индустриальный кластер – это интегрированная система взаимодействующих компаний различных отраслей, обслуживающих институтов и университетов, поддерживающих друг друга в процессах совершенствования продукции, внедрения инноваций и глобальной конкуренции путем развития кооперации между фирмами и формирующей социально-экономическую среду, позволяющую добиваться компаниям больших успехов в глобальной конкуренции.

Структура индустриального кластера представлена на рис. 2.5.



Рисунок 5 – Структура индустриального кластера

В рамках кластера развивается большое число малых и средних предприятий, создающих инновации потребительских ценностей – новые продукты, услуги, решения. Для этих компаний важно получить доступ к глобальным ресурсам и рынкам. Такой доступ чаще всего формируется через доступ к глобальным компаниям. Вторая важнейшая задача – получение доступа к интеллектуальным ресурсам и инновационным решениям. В рамках решения этой задачи необходимо обеспечить эффективные процессы обмена знаниями внутри кластера (рис. 2.6).

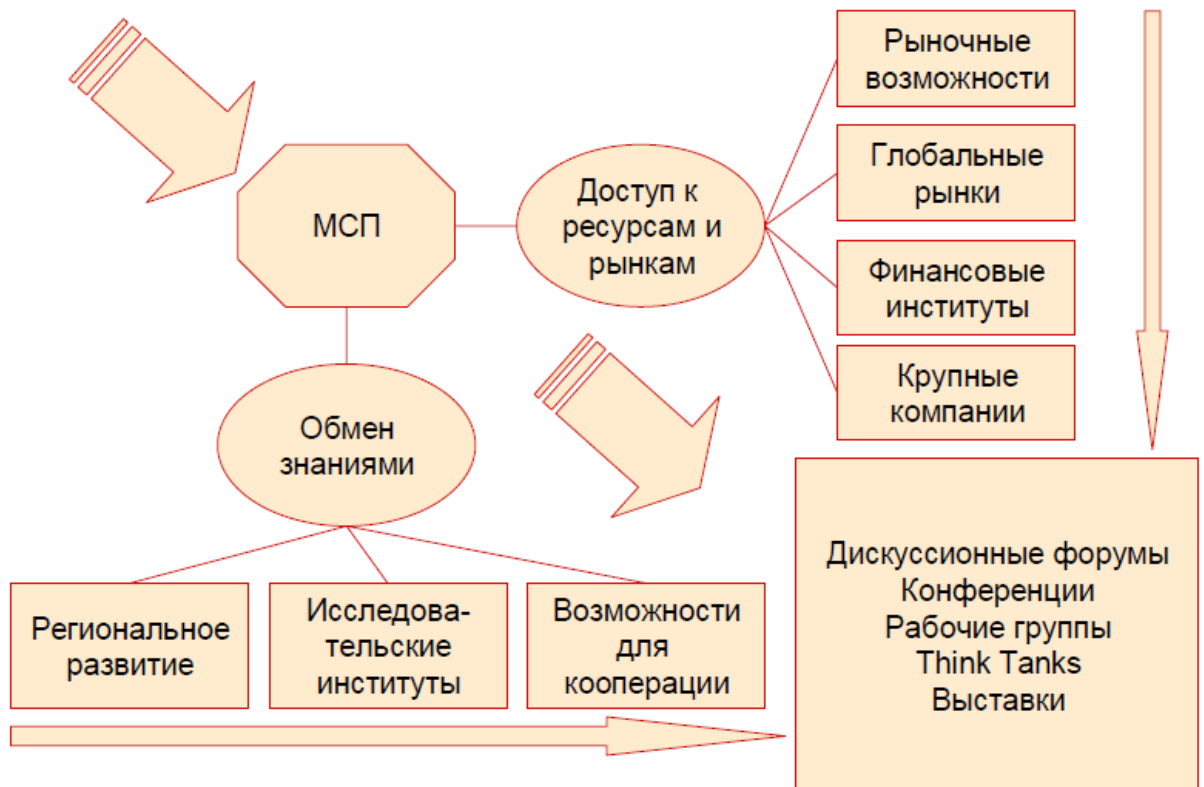


Рисунок 6 – Процессы обмена знаниями и ресурсами

Именно в обеспечении процесса обмена знаниями между исследовательскими подразделениями и бизнесом возникает ниша для деятельности предпринимательских университетов. В уже действующих кластерах сформировались посреднические компании нового типа. Они отчетливо понимают потребности бизнеса в тех или иных знаниях и одновременно умеют эти потребности сформулировать как исследовательскую задачу. Проблема здесь в том, что бизнес разговаривает на одном языке, а наука на другом. Представители бизнеса и науки не всегда легко понимают друг друга. Наука всегда развивалась в контексте интеллектуального предпринимательства, но ученые склонны решать те задачи, которые им самим кажутся актуальными и интересными. Бизнесу нужны решения в конкретных и прагматичных направлениях. Эти решения нужны здесь и сейчас. Предпринимательский университет может обеспечить такое взаимодействие, решая одновременно две задачи – подготовка интеллектуальных предпринимателей и обеспечение взаимодействия между бизнесом и исследовательскими институтами [35].

3. Бизнес культура и новые навыки в условиях экономики знаний

В конце 1950-х годов известный английский писатель Ч.П. Сноу выступил с докладом «Две культуры и научная революция» [25; С. 195-226], в котором описал эффект «расщепления» общечеловеческой культуры на два направления — гуманитарное и естественно-научное. В СССР доклад Сноу породил дискуссию между «физиками» и «лириками». В своем докладе Сноу указывал на опасность подобного «расщепления», связанную с дезинтеграцией общества и знания.

В некотором смысле ответом на опасения Сноу стало исследование выдающегося советского физика, академика Е.Л. Фейнберга, опубликованное в 1981 г. в форме книги под довольно странным названием «Кибернетика. Логика. Искусство». Основной вопрос, рассмотренный Фейнбергом, состоял в определении роли искусства в деятельности человека. Примечательно, что таким вопросом заинтересовался яркий представитель естествознания. Выводы, к которым пришел автор, сформулированы весьма точно и конкретно: «...искусство как явление, охватывающее деятельность художника и воспринимающего субъекта, есть постижение интуитивных истин, замечательное тем, что оно несет критерий правильности ("удовлетворение", "удовольствие" — "Wohlgefallen") в себе самом... Более того, оно способно охватить самые разнообразные суждения, в том числе и необозримое множество таких, которые не допускают сведения к единственному суждению о достаточности опытной проверки (как в случае научных истин)» [26; С. 153].

В итоге формулируется общее заключение о функции искусства: «...назначение искусства как общего метода постижения истины – утверждение авторитета интуитивного суждения, "доказательства недоказуемого". Достигая этой цели, искусство раскрывает силу и плодотворность интуитивного суждения, обнаруживает способность интуитивного суждения противостоять авторитету логического и вообще дискурсивного метода познания (в отношении тех истин, которые не могут быть обоснованы логически), уравнивает его» [26; С. 155]. К сожалению, взгляды Фейнберга не получили широкого распространения. А ведь они содержат важнейшую мысль о взаимодополняющей природе научного и художественного способов познания мира. Этот «принцип дополнительности» чрезвычайно важен для концепции интеллектуального предпринимательства.

Однако если вернуться к теме дивергенции культур, то за прошедшие десятилетия ситуация лишь осложнилась. Возникло новое направление культуры, которое можно условно назвать «бизнес-культурой», причем расщепление между теперь уже тремя направлениями культуры – гуманитарным, естественно-научным и

деловым за это время лишь увеличилось³. На мой взгляд, это исключительно опасное явление, которое может в конечном итоге привести поистине к цивилизационному кризису. Представляется, что понятие «управление знанием» должно подразумевать преодоление указанной дивергенции культур, для чего требуется отказаться от доминанты научного познания как единственно возможного и заслуживающего уважения. В этом отношении менеджер и предприниматель, работающие в бизнесе, являются потенциально идеальным объектом синтеза культур.

Действительно, человек, работающий в бизнесе, при правильном подходе к его образованию может противостоять современному «расщеплению» культуры. Дело в том, что деятельность менеджера представляет собой синтез подходов, характерных для всех трех типов культуры. Во-первых, без образного мышления, принципиально важного для порождения новых бизнес-идей, обеспечивающих конкурентные преимущества, эффективное управление современными компаниями невозможно. Образное мышление развивается в рамках гуманитарной культуры. Во-вторых, точная аналитика и расчеты на основе отчетливо сформулированных математических моделей — это обязательное условие успеха в реализации бизнес-идей. Аналитика и расчеты — основа естественно-научной культуры. Представляется, что бизнес-культура также характеризуется важной спецификой: она приучает увязывать различные аспекты функционирования социума. Значимость этого аспекта бизнес-культуры особенно отчетливо проявилась в начале текущего десятилетия в связи с корпоративными скандалами: пренебрежение социальной ответственностью и этикой отрицательно сказалось не только на компаниях, уличенных в неэтичном поведении и мошенничестве, но и на всем обществе (кризис фондового рынка, гигантские потери пенсионных фондов и пр.). Понятно в связи с этим обострение внимания к социальным аспектам ведения бизнеса и бизнес-этике, наблюдающееся после корпоративных скандалов.

Сказанное выше демонстрирует возможное направление развития бизнес-образования в обществе знания. Именно здесь нужно искать выход из того тупика, в который, по мнению многих специалистов, зашли бизнес-школы [27]. Однако потенциал бизнес-образования в отношении формирования личности, способной к синтезу подходов различных культур, может быть реализован лишь при использовании специфических форм обучения и частичного пересмотра его содержания. Процесс освоения инновационных форм бизнес-образования уже начался: преподаватели-инноваторы начинают использовать на занятиях в школах бизнеса музыку и произведения классической литературы, игровое кино и методы театрального искусства. Требуется пересмотра и содержание образования: оно должно включать элементы, способствующие управлению парадоксами образования и одновременно формирующие интеллектуальное предпринимательство. Важно знать: абсолютизация практически любых тезисов пагубна, важны «умение забывать» и способность к генерации нового знания [28].

4. Конкуренция и успех в сфере интеллектуального предпринимательства

Тезис о том, что в обществе знания конкуренция возникает вокруг знаний, может показаться трюизмом. Однако при ближайшем рассмотрении обнаруживается немало неочевидных аспектов, многие из которых тесно связаны с интеллектуальным предпринимательством. Первый, наиболее очевидный аспект состоит в том, что обладание большим объемом знаний больше не является главным конкурентным

³ Отметим, что в России расщепление между деловой и естественно-научной культурами просматривается не столь отчетливо в связи с тем, что после начала социально-экономических реформ в стране в бизнес пришло большое число людей, ранее занимавшихся исследованиями в различных разделах естествознания.

преимуществом вследствие того, что знания быстро устаревают, а информация стала как никогда доступной. Вследствие этого *основным источником индивидуальных конкурентных преимуществ является способность к порождению новых знаний, которая и составляет основу интеллектуального предпринимательства.* Второй важный аспект состоит в том, что ведение успешной конкуренции требует правильного выбора вектора генерации знаний. Как уже отмечалось, знание всегда связано с реальным или потенциальным действием и интеллектуальное предпринимательство ориентировано на генерацию практически ориентированного знания. К этому надо добавить, как в рамках интеллектуального предпринимательства формируется представление об успехе индивидуума. Впрочем, этот вопрос должен рассматриваться в более широком контексте.

Значительная часть знаний не формализована. Это означает, что невозможно полностью отделить знания от субъекта, сделать их независимыми от отдельного человека или группы людей, от их стратегических намерений и воли. Это ведет к кардинальному изменению отношений между личностью и компанией. В индустриальной экономике труд — всего лишь один из факторов производства и может быть куплен на соответствующем рынке. Именно поэтому работник заинтересован в компании больше, чем компания заинтересована в нем. В обществе знания ситуация иная. Появляется значительная прослойка людей, обладающих уникальными для данной компании знаниями и навыками. Их нельзя заменить или купить на рынке. Возникает ситуация, когда компания заинтересована в работнике больше, чем сам работник заинтересован в компании. Более того, этот тип работника не просто продает свой труд компании. Компания для него является инструментом наращивания его интеллектуального потенциала, построения индивидуальных конкурентных преимуществ.

Отсюда вытекает тот факт, что в обществе знания сотрудники компании все больше будут связывать свою деятельность внутри ее со стратегией достижения индивидуального успеха. Возникает серьезная проблема координации индивидуальных стратегических намерений большого числа сотрудников со стратегическими намерениями компании в целом, индивидуального понимания успеха — с понимаем успеха бизнеса и компании. Только такая координация может удержать нужных людей в компании. Существует множество технологий построения стратегии компании. Но для указанной координации необходимо, чтобы отдельные работники отчетливо определяли собственные, индивидуальные критерии успеха. Практика, однако, показывает, что лишь очень немногие в состоянии описать видение своего успеха. Размышляя над этой проблемой, мы пришли к определению личного профессионального успеха, которое, с одной стороны, имеет достаточно общий характер, а с другой — может быть эффективно использовано на практике.

Успех — это резонанс между системой ценностей человека и его достижениями, связанными со значительными приложенными им лично усилиями. Термин «резонанс» происходит из физики и означает совпадение двух величин, приводящее в возрастанию третьей величины. Ощущение успеха у человека тем сильнее, чем точнее совпадение управляющих его поведением ценностей с полученным результатом. Заметим, что успех фундаментально отличается от удачи, которая обусловлена счастливым стечением внешних обстоятельств. Конечно, удача иногда сопутствует успеху, но их принципиально важно различать: только умение отличить одно от другого позволяет человеку повторно добиваться успеха. В противном случае он начинает ждать удачу и чаще всего так ее и не дожидается. Такая концепция успеха отражает важный аспект интеллектуального предпринимательства. Наука равнодушна к ценностям, и в определенном смысле она цинична. Интеллектуальное предпринимательство опирается на ценности и не может рассматриваться вне ценностей.

Если таким образом рационализировать понятие успеха, то у человека появляется возможность сопоставить представление о его личном успехе со стратегическим видением компании. Очевидно, что если эти представления находятся в гармонии, то резко повышается эффективность работы человека в компании. Более того, если просматривается такое соответствие, человек может выявить стратегические разрывы, которые существуют между имеющимися у него на данный момент компетенциями и теми компетенциями, которые ему будут необходимы как для достижения личного успеха, так и для обеспечения успеха компании. Появляется возможность целенаправленного расширения спектра компетенций работника, в определенной степени гарантирующего успех в будущем.

В представленной логике понятно, что должна делать компания, чтобы выиграть «войну за таланты». Она должна стремиться к тому, чтобы ее наиболее ценные сотрудники осознали критерии собственного успеха, и помочь им соотносить эти критерии со стратегией компании. В свою очередь, для интеллектуального предпринимателя проблема разработки личной стратегии приобретает ключевое значение в стремлении к успеху. Дело в том, что для него генерация знания — одна из фундаментальных ценностей и, следовательно, она должна быть элементом резонанса, порождающего ощущение успеха. Именно поэтому интеллектуальное предпринимательство невозможно отделить от стратегического мышления [36].

5. Стратегическое мышление и успех в современном обществе

Если суммировать современные взгляды на содержание стратегического мышления, то основные его элементы можно описать следующим образом (рис. 2.7).

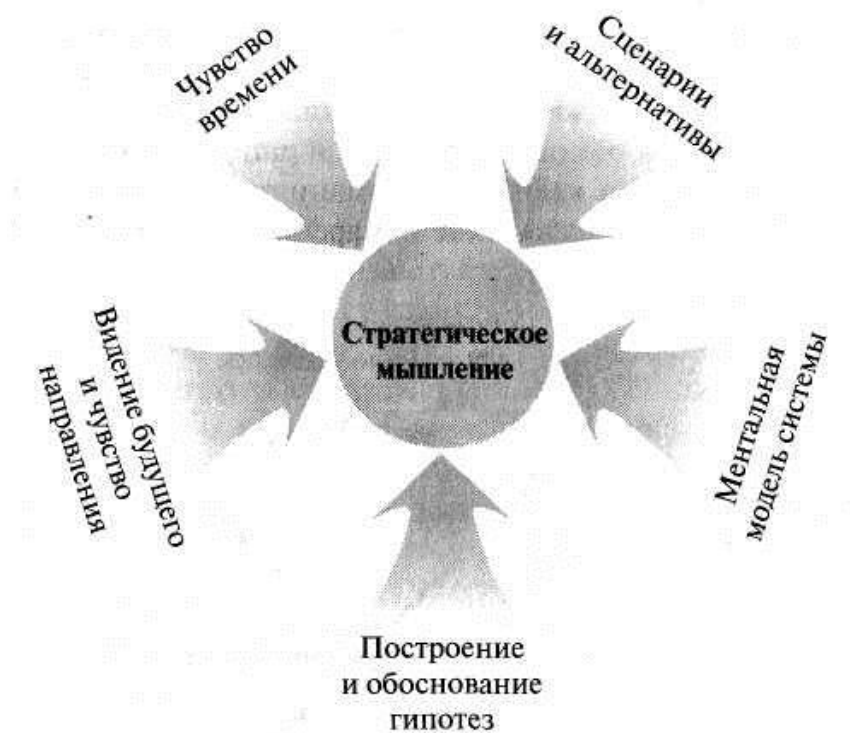


Рисунок 7 – Основные элементы стратегического мышления

Одним из важнейших элементов стратегического мышления является умение работать с будущим, связанное прежде всего с навыками формирования видения будущего и чувством направления. Поскольку взаимодействие с будущим не является однозначным, то второй элемент стратегического мышления связан с навыками фор-

мирования сценариев развития и принятием решений в условиях неопределенности. Все это опирается на неоднозначность в принятии решений и умении мыслить в терминах стратегических альтернатив. Построение сценариев опирается на навыки формирования и обоснования гипотез, что составляет третий важнейший элемент стратегического мышления. Время играет важную роль в стратегическом мышлении и связано с формированием протяженности, глубины временной перспективы в процессе принятия решений, что и составляет суть четвертого элемента стратегического мышления — чувства времени. Наконец, пятый, наиболее сложный и важный элемент — это ментальная модель, которая формирует систему восприятия окружающей реальности, постановки проблем и использования набора готовых решений и стереотипов.

Уже в этой композиции хорошо видна логика взаимодействия рационального и иррационального в стратегическом мышлении. Основные же проблемы взаимодействия с иррациональностью в стратегическом мышлении связаны с проблемой целеполагания. В целом, выбор целей не является рациональным процессом. Здесь просматриваются две проблемы. Первая состоит в трудности рациональной генерации альтернатив в отсутствие объективных целей. Вторая трудность возникает в связи с тем, что если существует рациональный критерий выбора целей, то вопрос о рациональности и иррациональности «поднимается на ступеньку выше». Действительно, можно переформулировать тот же вопрос: является ли выбор такого критерия рациональным? Если существует некий критерий выбора, то вопрос «поднимается на ступеньку выше», и так до бесконечности. Именно по этой причине нужно рассматривать целеполагание как процесс, в рамках которого иррациональное и рациональное взаимодействуют. В этом направлении в рамках стратегического мышления можно говорить о ментальной интеграции жизненного пространства (рис. 2.8).

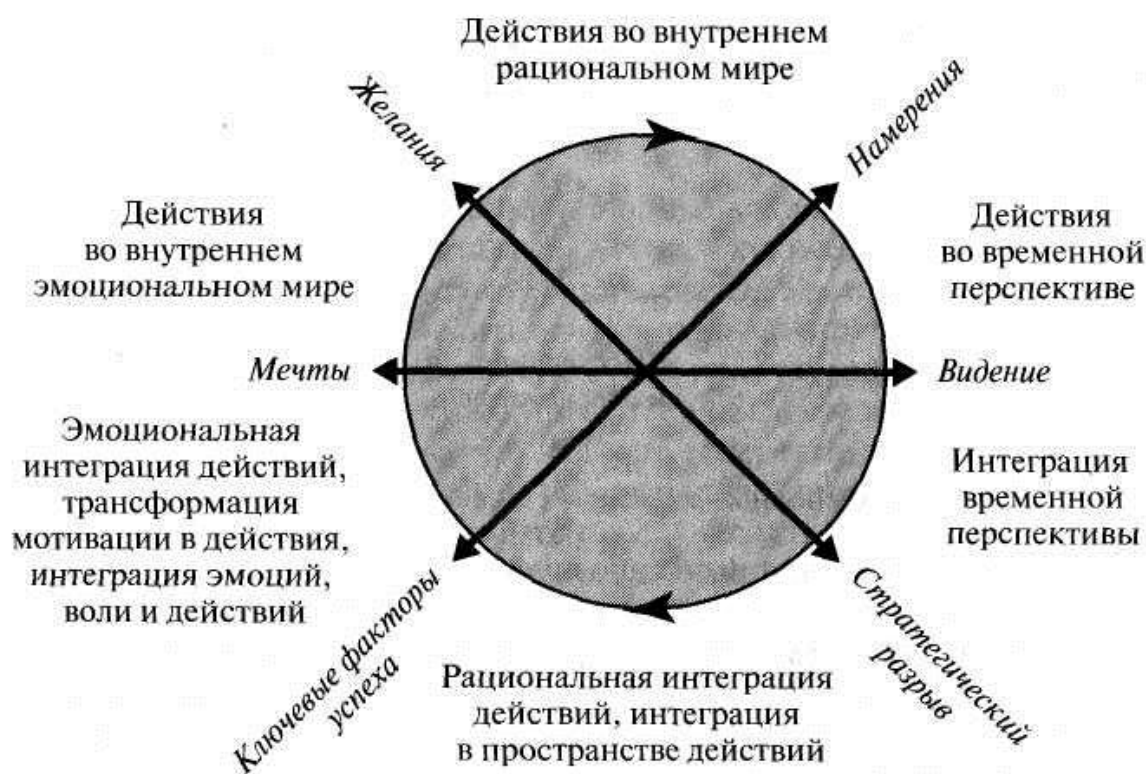


Рисунок 8 – Ментальная интеграция жизненного пространства

В области иррационального лежат мечты, эмоции и желания. Именно они являются стартовой точкой в целеполагании. Первый этап интеграции жизненного пространства

– это действия во внутреннем эмоциональном мире, которые связаны с трансформацией мечты в окончательно оформленные желания. Желания остаются все еще в зоне эмоций, но являются основой перехода в рациональную сферу. Этот переход осуществляется как трансформация желаний в сформулированные намерения. Стратегические намерения являются вербализованными и рационально осмысленными желаниями, приведенными в соответствие с имеющейся системой ценностей. Размещение намерений во временной перспективе (в будущем) и привязка их к тенденциям и трендам приводит к формированию видения будущего. Видение будущего – основа формирования личного успеха. Уже на этом уровне должны быть соединены намерения, которые ориентированы на результат, и ценности. Если на этапе построения видения удастся достичь гармонии между стратегическими намерениями и ценностями, то проблема внутренней мотивации к генерированию нового знания в значительной мере будет решена и будет выстроено позитивное отношение к будущему. Какую роль играет видение будущего в формировании стратегических решений? Видение будущего – это желаемое будущее, привязанное к определенному стратегическому горизонту.

Технологию работы с видением будущего сформулировал Чарльз Смит как *принцип Мерлина*. [27] Этот принцип формирует навык принимать решения в настоящем, воспринимая это настоящее с позиций будущего. На первый взгляд, идея о взгляде на настоящее из будущего кажется странной. Мы так сильно стремимся оставаться в пределах существующей реальности и опираться на так называемый здравый смысл, что попытка мысленно сконструировать будущее кажется нам почти ересью. Именно поэтому мы воспринимаем как чудо слова великого волшебника Мерлина, героя книг Т. Уайта о короле Артуре: «Дело в том, что обычные люди, родившись, двигаются во Времени вперед... да и почти все в мире движется в ту же сторону. Оттого и жить обыкновенным людям довольно просто... Я же, к несчастью, рожден на другом конце времени и вынужден жить спереди назад, окруженный при этом людьми, живущими сзади наперед» [37]. Принцип Мерлина дает человеку принципиально иные конкурентные преимущества: происходит переход от реактивного поведения, когда любое действие есть всего лишь приспособление к уже возникшей ситуации, к поведению упреждающему (или проактивному), когда человек создает желательную для него реальность.

В определенной мере принцип Мерлина вступает в противоречие с широко распространенной точкой зрения: «чтобы понять будущее, нужно тщательно изучить прошлое». Принцип Мерлина, на первый взгляд, нарушает логику причинно-следственных связей. На самом же деле он существенно подчеркивает роль воли человека. Мы можем эффективно использовать эффект Мерлина для построения своего успеха. Имея сформированное видение будущего, нужно условно поместить себя в это будущее и, глядя оттуда, оценить, в какой мере настоящее соответствует этому будущему. В какой мере имеющиеся сегодня ресурсы и компетенции соответствуют желаемому будущему? Все несоответствия необходимо идентифицировать. Это приведет к пониманию стратегических разрывов и, соответственно, к пониманию направления действий в настоящем для того, чтобы сделать первый шаг в сторону будущего. Этот шаг фактически означает переход к ликвидации стратегических разрывов. Заметим, что выявление стратегических разрывов можно интерпретировать как генерацию нового знания, знания о себе, которое должно помочь преуспеть в конкуренции.

Идентификация стратегических разрывов на основе видения будущего создает интеграцию во временной перспективе, обеспечивает соединение настоящего и будущего. Стратегические разрывы представляют собой оценку настоящего с позиций видения будущего. Интеграция в пространстве действия связана с трансформацией логики стратегических разрывов в логику ключевых факторов успеха. По сути дела, это трансформация мышления из контекста негативного мышления – стратегических разрывов, проблем и препятствий, в логику позитивного мышления – факторов

успеха. На основе этой трансформации возникает система действий и формируются основания для организации деятельности, направленной на решение стратегических задач. Результаты этих действий вновь трансформируются в эмоциональную форму, поскольку они могут расстраивать или радовать человека в зависимости от достигнутых результатов. Таким образом, интеграционный цикл замыкается. Навык ментальной интеграции жизненного пространства можно соотнести с понятием целостной личности. К таким личностям, по сути, относят тех, кто с задачей интеграции справляется успешно. Любые искажения данного цикла будут приводить к возникновению эмоциональных проблем.

Описанная интеграция может рассматриваться как движение в следующую фазу общества знания. Человечество начало движение к знанию через познание природы. В рамках этого процесса объект и субъект познания имеют разную природу. Затем, с середины XIX века началось активное строительство социального знания, которое затруднено тем, что субъект и объект знания имеют одну и ту же природу. Следующий естественный шаг состоит в переходе человека к глубинному познанию самого себя. Это задача особого рода, поскольку здесь субъект и объект познания совпадают. Интеллектуальное предпринимательство в форме интеграции жизненного пространства — это шаг именно в этом направлении.

Перед человеком в обществе знания стоят принципиально иные задачи, чем раньше. Тоффлеровский «шок будущего» — относительно мягкое описание того, с чем ему придется столкнуться. Таковы объективные закономерности развития социума. Мы попытались, рассмотрев понятие интеллектуального предпринимательства, описать новую модель конкурентоспособности человека в обществе знания. В самых общих чертах она сводится к следующему.

В новых условиях необходимо отчетливо понимать содержание понятия «знание» как средства формирования видения будущего, которое позволяет правильно определить стратегию человека в настоящем. Основой конкурентных преимуществ личности становится ее способность к генерации нового знания и, шире, степень владения навыками интеллектуального предпринимательства. Для повышения конкурентоспособности человека необходимо изменить задачи образования, поскольку изменившиеся условия породили набор парадоксов, делающих традиционную трансляцию знаний (а чаще — информации) практически бесполезной. Главная задача образования должна состоять в формировании навыков интеллектуального предпринимательства, в широком смысле определяющего желание и способность человека создавать новое знание, решая задачи нового уровня сложности. Освоение этих навыков даст возможность человеку четче определять критерии будущего успеха и сознательно избавляться от стратегических разрывов между имеющимися компетенциями и компетенциями, необходимыми для успешной конкуренции в новом мире [28].

6. Интеллектуальное предпринимательство – фактор повышения эффективности управления знаниями на примере России и Европы

Управление знаниями — сознательный, целенаправленный процесс их поиска, выявления, производства и последующего использования. Интеллектуальное знание — это знание, использование которого обеспечивает созидательно направленное развитие экономики в условиях сокращающегося «вымывания» природного капитала. Одним из факторов становится управляемый процесс превращения явных знаний в знания неявные. Кроме того, может осуществляться патентование явных знаний, которые по закону становятся недоступными для посторонних пользователей до тех пор, пока собственник не даст на это разрешение. Патентообладатель вправе в соответствии с подп. 5 п. 1 ст. 1252 Гражданского кодекса РФ потребовать публикации в официальном бюллетене

федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности решения суда о неправомерном использовании изобретения, полезной модели, промышленного образца или об ином нарушении его прав [28].

Механизм производства интеллектуальных знаний можно определить как взаимосвязанное и развивающееся единство источников, условий, факторов и способов, обеспечивающих синергетический результат в форме создания новейших знаний в рамках дискурсивного созидательно-энергетического пространства.

Интеллектуальный капитал компании, во-первых, имеет несколько составных элементов; во-вторых, на его формирование и величину влияет многочисленная группа разнородных факторов. Поэтому интегральная оценка интеллектуального капитала компании должна отражать ее многогранную деятельность в целом. Причем для компаний различной специализации типовым может быть лишь подход к оценке ее интеллектуального капитала, набор же показателей строго индивидуален.

Интеллектуальное предпринимательство в сфере расширенного воспроизводства интеллектуальных знаний современного предприятия имеет ряд особенностей.

1. Управление процессом производства интеллектуальных знаний должно быть системным. В этом случае обеспечивается однонаправленность дискурсивных и рыночных экономических отношений, оптимизация явных и неявных знаний, а также внутреннего и внешнего интеллектуального капитала организации.

2. В сфере обеспечения высокой эффективности управления знаниями необходимо определить общественные потребности в интеллектуальном продукте, что позволит осуществить адекватный экономический выбор в использовании интеллектуального потенциала организации. Для решения задачи необходимо развивать маркетинг интеллектуальных продуктов

3. Результаты интеллектуально ориентированного маркетинга менеджер интеллектуального капитала внедряет в дискурсивное пространство фирмы. Чем выше качество произведенных знаний, тем на больший объем интеллектуального дохода может рассчитывать предприятие.

4. Ключевое звено управления знаниями — активизация внутреннего интеллектуального капитала фирмы. Речь идет о развитии системы интеллектуальной корпоративной собственности, а также о создании инновационных институтов, обеспечивающих сокращение транзакционных издержек. Особое внимание должно быть уделено формам доходности от интеллектуального предпринимательства.

5. Сферой особого исследовательского внимания и практического использования остается синергетическая эффективность социально-экономических внутрифирменных взаимодействий. Существующие характеристики созидательных сил дискурсивного пространства часто трактуются как творческий корпоративный дух.

Поскольку физические ресурсы в настоящее время играют значительно меньшую роль, чем интеллектуальные, выявляется определенный подход, который позволит достичь соотношения в компаниях интеллектуального капитала к стоимости материальных средств производства и финансового капитала в пределах от 5:1 до 16:1 [38].

Однако на долю нематериальных активов приходится в среднем 0,6% имущества отечественных предприятий. Очевидна их тотальная недооценка отечественным менеджментом, отсутствие сколько-нибудь значимого влияния нематериальных ценностей на финансово-хозяйственную деятельность российских компаний. На долю нематериальных активов в структуре инвестиций приходится менее 0,9% [39].

Это во многом объясняется отсутствием эффективного механизма идентификации, оценки и управления нематериальными активами в целом и интеллектуальной собственностью, в частности. В результате интеллектуальная собственность, стоимость которой в нашей стране составляет, по некоторым оценкам специалистов в области оценки интеллектуальной собственности, 400 млрд долл., бездействует. Субъективные

препятствия для вовлечения интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот способствуют ее утечке за рубеж, тем самым отечественная хозяйственная среда и российский бизнес лишаются важнейших конкурентных преимуществ.

По оценкам консалтинговой компании Interbrand, в начале 2000-х гг. соотношение материальных и нематериальных активов составляет в компании British Petroleum 30:70; в компании IBM – 17:83; в компании Coca Cola – 4:96 [40].

В российской действительности 90–100% нематериальных активов не отражается в учете и финансовой отчетности. В балансе отражаются на 80% лишь права на товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товаров. Остальные 20% неучтенных активов относятся к правам на фирменные наименования и не показываются в балансе вследствие отсутствия специального закона. Анализ теории и практики признания, оценки, защиты, переоценки нематериальных активов в России, сравнение с зарубежными подходами и тенденциями в этой области позволяют сформулировать следующую совокупность проблем в действующем механизме функционирования нематериальных активов.

Во-первых, в России имеется логичная концепция стандартизации оценочной деятельности. Однако она не реализована на практике в части стандарта оценки нематериальных активов. Разнообразие подходов, предлагаемых разработчиками и реализуемых в виде проектов нормативных документов (методик), фактически не оставляет места для достижения разумного компромисса сторон.

Во-вторых, специфика действующего в России правового механизма такова, что каждый законодательный акт со временем обрастает множеством подзаконных актов. В результате складывается ситуация, когда нематериальные активы проще не идентифицировать. Это экономичнее с точки зрения денежных расходов и трудозатрат.

В-третьих, несмотря на наличие множества правовых актов в области признания и оценки нематериальных активов, в них предусмотрена возможность изменения стоимости нематериальных активов не путем амортизации, а методом переоценки для активов с неограниченным сроком полезного использования. Это создает парадоксы в оценке деловой репутации (Гудвилла). Постепенная амортизация приводит к нулевой остаточной стоимости, хотя деловая репутация может не только не уменьшаться, но и расти. Непризнание возможности переоценки нематериальных активов сдерживает развитие бренд-менеджмента.

В-четвертых, действующий порядок признания и оценки нематериальных активов делает практически бессмысленным их использование в налоговом учете и, соответственно, в налоговом менеджменте. Правовые регламенты вытесняют нематериальные активы в область управленческого учета. Ограниченная сфера применения нематериальных активов обуславливает проблемы с их отражением в финансовой отчетности.

В-пятых, в подходах к оценке нематериальных активов нет понимания между оценщиками и специалистами по управлению. Оценщикам свойственно упрощенное понимание и сведение задачи к определению стоимости нематериального актива на текущий момент. Для специалистов по управлению оценка сводится к определению ставок роялти или паушального роялти к оценке на текущий момент воспринимается специалистами по управлению как относительно простое и бесполезное мероприятие.

В-шестых, в отечественной хозяйственной среде отсутствует какое-либо единообразие в подходах к управлению нематериальными активами в целом и брендами, в частности. В этой области нет ни разработанных концепций, ни типовых методов и приемов.

В-седьмых, в России не только минимизирована работа по созданию новых брендов, но практически не работают отечественные бренды, сформированные в советскую эпоху и имеющие мировое признание.

В-восьмых, многие термины в области оценки нематериальных активов не гармонизированы с международными стандартами оценки. Например, словосочетание «объект интеллектуальной собственности» у зарубежных оценщиков принят в формулировке как «интеллектуальная собственность». Также в правовых актах не оговорена возможность растянуть выплату паушального (единовременного) платежа во времени.

В-девятых, правовая защита нематериальных активов в России далека от совершенства и создает возможность легальной деятельности на отечественном рынке профессиональных «перехватчиков» товарных знаков, от которых не защищены ни иностранные, ни отечественные владельцы патентов и брендов.

По мнению известного российского маркетолога А.А. Бравермана, одни только маркетинговые стратегии представляют собой весомый резерв роста капитализации российских компаний. Российская ассоциация маркетинга (РАМ) провела опрос более 300 иностранных предприятий из разных секторов рынка, давно и успешно работающих в России. Выявлено, что маркетинговую стратегию считают нематериальным активом, учитываемым при оценке капитализации, от 36 до 87% компаний. Выполненные исследователями РАМ расчеты, касающиеся оценки количественного влияния маркетинговой стратегии на уровень капитализации, показали, что маркетинговая стратегия, удовлетворяющая требованиям инвесторов, может увеличить рыночную стоимость российских компаний на 11% в машиностроении, на 22% в торговле и деревообработке, на 19% в пищевой промышленности, на 16% в текстильной. Среднее же значение маркетингового резерва капитализации составило, по данным Центра исследований РАМ, 18% [41].

Оценка нематериальных активов представляется особенно полезной, поскольку в информационный век они значительно важнее для успеха компании, чем традиционные материальные активы. Подтверждением может служить то, что сегодняшние поисковые машины в большинстве случаев используют алгоритмы полнотекстового поиска, которые не способны различить смысловой контекст запроса пользователя. Вследствие этого была выдвинута инициатива по созданию «интеллектуального» Интернета, получившая название Semantic Web (SW, семантический веб). Она принадлежит Tim Berners-Lee – создателю World Wide Web. Основной задачей SW является разработка и внедрение таких технологий, которые позволили бы в цепочку «Интернет – пользователь» ввести еще одно звено – «автоматический агент», который был бы наделен достаточным интеллектом, чтобы самостоятельно выполнять поиск и обобщение необходимой пользователю информации. Для решения этой задачи под эгидой World Wide Web Consortium (W3C) в рамках проекта Semantic Web был создан ряд стандартов, которые должны использоваться с целью обеспечения восприятия информации в Интернет машиной. Стек технологий SW включает следующие основные уровни (последующий базируется на предыдущих): Unicode, Unified Resource Identifier (URI), Extensible Markup Language (XML), Resource Description Framework (RDF), Ontology Web Language (OWL) и др.

Целый ряд крупных исследовательских сообществ таких как IBM, Hewlett Packard, W3C, ведут работы по созданию программных решений для рынка услуг. На рынке уже присутствуют программные средства, реализующие хотя бы часть стека Semantic Web, например система хранения документов RDF в реляционных базах данных (проект Jena2 фирмы HP, Semantic Toolkit фирмы IBM и др.). В Интернете уже сегодня присутствуют сайты, построенные с использованием технологий Semantic Web, которые динамически генерируют интерфейс пользователя в соответствии с контекстом. Представляемая информация четко структурирована и может восприниматься не только человеком, но и машиной.

Имея возможность учета нематериальных активов в рамках традиционной бухгалтерской системы, компания, которая работает над их увеличением, может информировать о соответствующих усовершенствованиях своих работников, акционеров,

кредиторов и сообщество. И наоборот, если она не пополняет свой запас нематериальных активов и не расширяет потенциальные возможности, отрицательные результаты не замедлят сказаться на доходе компании.

Важной особенностью интеллектуального капитала по сравнению с производством материальных благ является то, что знания не обесцениваются, когда используются, а наоборот, возрастают в стоимости. Если право собственности на обычный материальный товар может быть передано только одному лицу, то право пользования объектом интеллектуального капитала может перейти к неограниченному кругу лиц на основании специального разрешения (лицензии или лицензионного договора), причем с сохранением всех прав собственности у прежнего правообладателя [42].

Любой кризис рано или поздно заканчивается. Оптимизируя расходы, надо постараться сохранить один из ключевых ресурсов бизнеса — интеллектуальный капитал, который в первую очередь попадает под сокращение. Высокие темпы роста, к которым мы привыкли в последние годы, способствовали тому, что внедрение информационных технологий часто происходило стихийным образом. Компании проводили рискованные и дорогостоящие эксперименты, вместо того чтобы разрабатывать и планомерно реализовывать адекватную бизнесу стратегию развития ИТ-инфраструктуры. В таких условиях период рецессии можно считать этапом оздоровления рынка, «избалованного» сверхвысокими темпами роста. Для кого-то кризис — серьезная проверка на прочность, а для кого-то — новый шанс роста и развития, поскольку любые потрясения ведут к переделу рынка, а значит, и доходов.

В настоящее время происходит адаптация бизнеса к новым экономическим реалиям, которая выражается в стремлении компаний максимально снизить издержки: они реструктуризируют бизнес, закрывают проекты, увольняют персонал. Однако, беспокоясь о финансах, нельзя забывать о важнейшем ресурсе бизнеса — интеллектуальном капитале, который в первую очередь страдает при сокращении бюджетов [43].

Список литературы

1. Cherwitz A.R., Sullivan Ch.A. Intellectual Entrepreneurship. A vision for graduate education / Change. November/December 2002. - <https://webspaces.utexas.edu/cherwitz/www/ie/articles.html>
2. Ахтямов Мавлит Калимович, автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук «Концепция интеллектуального обеспечения инновационного развития предпринимательства» <http://vak.ed.gov.ru/ru/dissertation/index.php?id54=8334&from54=13>
3. данные Мирового банка [электронный ресурс] – 2009. – Режим доступа: http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp
4. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Интеллектуальное предпринимательство, или принципы обретения конкурентного преимущества в новой экономике. - www.hbr-russia.ru.
5. Ярин Г.А. Интеллектуальный труд // Труды III Всероссийского симпозиума по экономической теории. Том 1. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2008.
6. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Сов. энциклопедия, 1984.
7. Диалектика собственности в современной экономике. Сборник научных трудов 1. – НКФ МГЭИ, 2005.
8. Социально-экономические проблемы формирования и расширенного воспроизводства интеллектуального капитала в современной России: Материалы международной научно-практической конференции, 10 ноября 2006г. – М.: РГСУ, 2007.

9. Модели интеллекта: 100 лет развития / Л.В. Малышева. – М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2006.
10. Холодная М.А. Психология интеллекта. Парадоксы исследования / М.А. Холодная – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002.
11. Вернадский В.И. Размышления натуралиста. Научная мысль как «планетное» явление. М., 1977
12. Б.В. Салихов Определение сущности интеллектуального капитала: общее и особенное // Социально-экономические проблемы формирования и расширенного воспроизводства интеллектуального капитала в современной России: Материалы международной научно-практической конференции, 10 ноября 2006г. – М.: РГСУ, 2007.
13. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997
14. Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации и экономики знаний: концептуальные основы теории и практики управления / Под ред. В.В. Попкова. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. С.189.
15. J.Gregory Dees The Meaning of Social Entrepreneurship. - http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_sedef.pdf P. 2.
16. Орлова Т.С. Формирование национальной модели хозяйствования // Новая экономика в новой России: Юбилейный сборник научных трудов, посвященный 40-летию экономического факультета Уральского государственного экономического университета. – Екатеринбург: Из-во Урал. гос. экон. ун-та, 2007.
17. Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем / Г.Б. Клейнер; ЦЭМИ РАН. - М.: Наука, 2004.
18. Попов Е.В. Институты миниэкономики. - М.: Экономика, 2005.;
19. Е. Балацкий Диалектика познания и новая парадигма экономической науки // Мировая экономика и международные отношения, 2006, №7.
20. Сорокин П. Предмет социологии и её отношение к другим наукам // Теоретическая социология: Антология: в 2 ч. Ч. 2. М., 2002.
21. Пресняков В.Ф. Предмет и задачи институциональной теории организации // Вестник Гос. ун-та управления. Сер. «Институциональная экономика». 2001. № 1(2).
22. Перский Ю.К., Шульц Д.Н. Взаимодействие микро- и макроэкономики: иерархический подход. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2005
23. Уильямсон О. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, отношенческая контрактация / О. Уильямсон. СПб.: Лениздат, 1996
24. Формирование института интеллектуального предпринимательства: иерархический подход (на примере экономики России), Чиклаева Т.Ю. (ГОУ ВПО «Пермский госуниверситет», г. Пермь)
25. Snow CP. Two Cultures and the Scientific Revolution. — Camb.: Cambridge University Press, 1959 (рус. пер. — Сноу Ч.П. Две культуры и научная революция. В кн.: Сноу Ч.П. Портреты и размышления. — М.: Прогресс, 1985.
26. Фейнберг Е.Л. Две культуры. Интуиция и логика в искусстве и науке. — Фрязино: Век 2, 2004.
27. Беннис У., О'ТулДж. Школы бизнеса сбились с курса// Harvard Business Review Россия, май 2005.
28. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. – М.: ИНФРА-М, 2010
29. Авторский анализ по данным Министерства образования [электронный ресурс] – 2010. – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/files/materials/6511/doklad.pdf>

30. Карпенко О.М., Бершадская М.Д., Вознесенская Ю.А. Показатели уровня образования населения в странах мира: анализ данных международной статистики // Социология образования», 2008, №6
31. Российский статистический ежегодник. 2009.: Стат. сборник / Росстат. – М., 2009.
32. Россия и страны мира. 2008.: Стат. Сб. / Росстат. – М., 2008
33. Аткинсон Р.Д., Анд С.М. Атлантический век: бенчмаркинг инновационной деятельности и конкурентоспособности ЕС и США. Специальный отчет. 25 февраля. [электронный ресурс]. - 2009. – Режим доступа: <http://www.itif.org/index.php?id=226> – статистика предоставлена OECD (1999-2005), UNESCO (2000-2006)
34. ["Российская Бизнес-газета" №742 \(9\) от 23 марта 2010 г.](#) Данные НАИРИТ - Национальная ассоциация инноваций и развития информационных технологий
35. Г. Константинов, С. Филонович «Интеллектуальное предпринимательство и предпринимательский университет», Пленарный доклад
36. Ст. 1407 ГК РФ от 18 декабря 2006 г. №230-ФЗ (часть 4-я) (с изм. на 8 ноября 2008 г.).
37. Уайт Т. Король Артур. Меч в камне. — М.: Гелеос, 2005.
38. Стюарт Т. Богатство от ума. Деловой бестселлер / пер. с англ. Минск: Парадокс, 1998
39. Нечаева Л.Н. Совершенствование механизма формирования и управления нематериальными активами. Дис. ... канд. экон. наук. М., 2005
40. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. СПб.: Питер, 2001.
41. Браверман А.А. Капитализация маркетинга // Маркетолог. 2002. № 12.
42. ст. 1235 ГК РФ
43. М.Ю. Погудаева, Ю.И. Забелина. Интеллектуальное предпринимательство — фактор повышения эффективности управления знаниями.