
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СИСТЕМНЫЙ МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ИННОВАЦИОННО-ВНЕДРЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦЕНТРА

Салихов Б.В., профессор кафедры экономики и международного бизнеса Московского государственного лингвистического университета; профессор Московского университета имени С.Ю. Витте, доктор экономических наук, профессор
Салихова И.С., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита НОУ ВПО «Московский университет имени С.Ю. Витте», кандидат экономических наук, г. Москва

В статье отмечается, что современные тенденции развития инновационной экономики и, связанное с этим, естественное обострение конкуренции на рынке инновационных научно-образовательных продуктов определяют потребность в новых управленческих, организационных и когнитивно-креативных интенциях в деятельности всех структур университета и всех форм его интегрированного интеллектуального капитала.

Ключевые слова: информация, высшее учебное заведение, развитие интеллектуального потенциала

UDC 006.015.5

INTELLIGENT BUSINESS AS A SYSTEM METHOD IMPROVING THE QUALITY OF INNOVATIVE INNOVATIVE ACTIVITIES CENTRE

Salikhov B.V., professor of economics and international business at Moscow State Linguistic University, a professor at Moscow University S.Y. Witte, Doctor of Economics, Professor
Salikhova I.S., assistant professor of accounting and auditing NOU VPO «Moscow University S.Y. Witte», PhD in Economics, Moscow

The article notes that current trends in the development of innovative economy, and associated with this, the natural increased competition in the market of innovative scientific and educational products determine the need for new management, organizational and creative intentions in the activities of all the structures of the University, and all forms of its integrated intellectual capital.

Keywords: information, higher education, intellectual potential

Современные тенденции развития инновационной экономики и, связанное с этим, естественное обострение конкуренции на рынке инновационных научно-образовательных продуктов определяют потребность в новых управленческих, организационных и когнитивно-креативных интенциях в деятельности всех структур университета и всех форм его интегрированного интеллектуального капитала. Одной из форм прогрессивной «организационной рефлексии» университета на отмеченные изменения является создание и развитие Центра экономики образования (далее – Центра), а также других релевантных научно-исследовательских и, возможно, внедренческих структур. Способ решения задач, стоящих перед Центром, должен соответствовать требованиям инновационной экономики и императивам прогрессивной социокультурной модернизации общества.

Таким способом, возникает императив создания системного инструментария непрерывных исследовательских и, главное, внедренческих инноваций, что придает деятельности Центра предпринимательский ракурс, а сам Центр превращается в интеллектуальную научно-исследовательскую организацию. *Интеллектуальное предпринимательство в деятельности Центра – это непрерывное расширенное воспроизводство креативно-исследовательских, познавательно-когнитивных, научно-практических и внедренческо-технологических инноваций, имеющих прогрессивную социокультурную направленность и обеспечивающих рост уровня конкурентоспособности университета.* Явление «интеллектуального» в общем концепте интеллектуального предпринимательства

непосредственно увязывается с критической ролью ментально-смысловых и созидательных (гуманистически-ценностных) социокультурных аспектов решения соответствующих задач. При этом потребность именно в интеллектуальном предпринимательстве предопределяется следующими обстоятельствами.

Первое обстоятельство связано с возросшей скоростью устаревания приобретенных знаний, что делает сомнительным накопление их определенной части с перспективой дальнейшего созидательного использования. Так как общество и экономика вступают в эпоху «когнитивного онлайна» (скоротечных знаний с растущим приоритетом их неявной формы), требуется существенное переосмысление действующих научных представлений о современной экономике и релевантных образовательных парадигмах, в рамках которых по-прежнему господствует концепция формирования «прочных знаний», а не «знаний о том, как самостоятельно воспроизводить новейшие знания». Отсюда и потребность в разработке новой научно-образовательной компетенции в форме *когнитивного предпринимательства* – способности обучающихся и обучаемых самостоятельно расширенно воспроизводить новейшие, прежде всего, неявные знания.

Когнитивное предпринимательство включает в себе не только известные «шумпетерианские» характерные черты предпринимательства, но и содержит ряд особенностей, обусловленных спецификой генерации идей и производства новых знаний. Эти особенности могут характеризоваться как устойчиво мотивированная творческая целеустремленность, повышенная «энергетика духа», психическая устойчивость по отношению к «ожидаемым» неудачам, развитая потребность в исследовательской и аналитической деятельности, «конвертируемость» ментальных моделей, сознательное стремление к творческому инсайту и др.

Второе обстоятельство непосредственно увязывается с ценностно-смысловой направленностью современной креативно-когнитивной деятельности как таковой. Если ценностно-смысловая модель творчески-трудовой деятельности непосредственно связана с достижением гуманистических, созидательных (интеллектуальных) целей социально-экономического развития, тогда когнитивное предпринимательство принимает духовно-нравственную, или интеллектуальную форму. В связи с этим, *интеллектуальное предпринимательство* есть, прежде всего, процесс ментальных и социокультурных инноваций, обеспечивающих созидательный ракурс развития Университета.

Следовательно, конституирующим признаком индивидуального (руководитель-лидер) или корпоративного (Центр, Университет) интеллектуального предпринимателя является обязательное обладание созидательными смыслами своей деятельности. Отмеченные обстоятельства, «протестированные» на предмет требований к содержанию творчески-трудовой деятельности сотрудников Центра, позволяют *конкретизировать содержание интеллектуального предпринимательства*, применительно к данному структурному звену Университета.

Во-первых, интеллектуальное предпринимательство в деятельности Центра должно и будет характеризоваться стремлением формировать и реализовывать полноценное стратегическое мышление у сотрудников. Такое мышление характеризуется следующими положениями а) способностью и умением «*работать с будущим*»; б) наличием и развитием «чувства времени» и «чувства направления»; в) наличием навыка построения и верификации гипотез, а также способностью выстраивать наиболее вероятные сценарии и альтернативы развития объектов исследования; г) умением принимать решения в условиях риска и неопределенности. Очевидно, что названные умения и способности интеллектуального предпринимателя должны иметь соответствующую созидательно-гуманистическую направленность, а также служить системным стратегическим фактором обеспечения успеха в деятельности Центра и удержания им высокого уровня собственной конкурентоспособности в рамках университета. Целью формирования умения «*работать с будущим*» является преодоление так называемых «стратегических разрывов», что следует также понимать как оценку настоящего с позиций видения будущего; это своеобразный «взгляд из будущего». Другими словами, «должное» выдвигает требования к «сущему» и формирует, тем самым, программу решений и действий для соответствующего субъекта.

Во-вторых, интеллектуальное предпринимательство в деятельности Центра призвано характеризоваться устойчивой мотивацией его сотрудников к генерации инновационных, именно практически ориентированных знаний. Отсутствие такой мотивации означает и отсутствие данного вида предпринимательства. Ключевым фактором мотивации сотрудников Центра к генерации новейших идей и знаний является императив личностной и коллективной самоактуализации и самореализации. В данном случае формирование и развитие творчески-трудовой мотивации непосредственно связано с выявлением внутренних (эндогенных) диссонансов, то есть обнаружение признаков

«творческого беспокойства». Важнейшим инструментом поддержания и развития творчески-трудо-вой мотивации у сотрудников Центра должна стать воспроизводимая *«атмосфера брейнстормин-гов»* как специфическая ценность и интеллектуальный актив данной организации.

В-третьих, интеллектуальное предпринимательство сотрудников Центра призвано характеризоваться креативно-когнитивной активностью и смелостью. Это положение имеет объективное обоснование в форме действия закона возрастающей предельной полезности в экономике знаний: чем больше субъект знает о тех или иных аспектах социально-экономической динамики, тем больше он стремится узнать еще и еще. Между тем, растущие объемы нового знания и «информационные завалы» могут привести к психологическому кризису, связанному с боязнью их вовремя осмыслить и «точечно» использовать. Креативно-когнитивная смелость в том и состоит, чтобы всякий раз продемонстрировать *психологический азарт* в форме сознательного стремления к «встрече» с проблемами любой степени сложности и готовности их высокоэффективно решать.

Только отсутствие страха перед будущим и присутствие азартного его восприятия и представления может характеризовать современное интеллектуальное предпринимательство в деятельности Центра. Формирование интеллектуальной смелости при отсутствии страха перед когнитивной «бездной» связано с приобретением опыта в сфере обсуждения сложных, ранее не решаемых проблем воспроизводства и объективации новейших знаний. Большое значение здесь может, и будет иметь развивающий обмен-общение конкретных индивидов с креативными лидерами, являющимися носителями неугасимого азарта к творческому познанию.

В-четвертых, интеллектуальное предпринимательство в творчески-трудо-вой деятельности Центра предполагает наличие неординарных и прогрессивных форм поиска и обработки растущих объемов знаний и контекстной информации. Главное здесь заключается в формировании и развитии *интуитивных навыков* к выявлению ключевых, именно созидательных потоков знаний и информации. Эндогенное воспроизводство данных навыков предполагает учет следующих обстоятельств: а) высокая скорость обесценения знаний; б) сознательное стремление к *«междисциплинарным стыкам»* новых потоков информации; в) стремление поиска новизны в *слабых сигналах*, заключающих в себе заряд большой «когнитивной мощности» и незаметных для других исследователей.

Поскольку технологии поиска и обработки информации могут устаревать раньше, чем появится осмысление их падающей эффективности, то эти технологии всякий раз должны обеспечивать субъектов исследовательской и познавательной деятельности необходимой «критической массой» контекстной информации, необходимой для принятия оптимального решения, что актуализирует создание и развитие КАЦ. Между тем, ценность данной контекстной информации тем актуальнее, чем доступнее ее источник, поэтому важно иметь возможность непосредственного общения с генераторами идей и знаний, а не с их объективацией на бумажных либо электронных носителях.

В-пятых, интеллектуальное предпринимательство в работе Центра предполагает наличие психологической устойчивости его сотрудников, одновременно, к информационным «завалам» и к информационному «вакууму». Переизбыток сведений и данных может привести к информационной пресыщенности, грозящей огромными транзакционными издержками, связанными с поиском наиболее значимой информации, а также с оценкой измерения ее ценности. В то же время, новые формы предпринимательской деятельности постоянно требуют расширенного воспроизводства новейших знаний.

В-шестых, интеллектуальное предпринимательство в деятельности Центра предполагает формирование и развитие новой исследовательской культуры, органически сочетающей в себе элементы гуманитарного, социального и естественнонаучного знания. Интеллектуальное предпринимательство существенно шире и глубже, чем строгие методы научного познания социально-экономической действительности. Расширенное воспроизводство новейшего знания в современных условиях не может быть только результатом применения исследовательских инструментов, жестко детерминированных требованиями определенных методологий и научных парадигм.

Таким образом, корпоративная культура Центра и его сотрудников должна являть собой ценностно-смысловую модель, *интегрирующую ценности интуитивного познания мира экономических явлений и ценности рационального восприятия хозяйственной динамики*. Очевидно, что существующие учебные планы и программы отечественной научно-образовательной деятельности вряд ли соответствуют отмеченным требованиям интеллектуального предпринимательства. Современный научно-образовательный процесс должен выстраиваться так, чтобы ценностно-смысловая модель «формирования прочных знаний» уступала, как уже отмечалось, место новой одноименной

модели «формирования знаний о том, как расширенно воспроизводить новые знания». Все это обуславливает важность *специальной подготовки интеллектуальных предпринимателей*, как собственников уникальных междисциплинарных компетенций.

В-седьмых, важнейшим аспектом и принципом интеллектуального предпринимательства является его «действительная инновационность», то есть умение и компетентность сотрудников Центра доводить результаты научных исследований до этапа их практического применения с последующим четким видением конкретных созидательных эффектов. Интеллектуальное предпринимательство, по определению, есть «инновационность в действии»; другими словами, результаты исследований, которые оказались не востребованными реальной практикой научно-образовательной деятельности, связанной с формированием и развитием новых компетенций у обучающихся, не могут рассматриваться как ценный научно-образовательный продукт. Для деятельности Центра это означает создание релевантной ментальной модели, или эндогенного института, координирующего и регулирующего собственную внедренческую деятельность. С некоторой долей условности резонно характеризовать Центр экономики образования, одновременно, и как внедренческий центр.

В-восьмых, интеллектуальное предпринимательство в работе Центра предполагает новое, именно ценностное понимание корпоративного успеха который, с одной стороны, складывается из успеха каждого сотрудника, а с другой стороны, сам характеризуется определенной целостностью. Корпоративный успех в деятельности Центра - это синергетический результат ценностно ориентированной деятельности сотрудников; это «сплав» ценностно-смысловых ориентиров с достигнутой конкретной продуктивностью. В связи с этим, успехом не может считаться, например, высокий исследовательский (либо финансовый) результат, если его достижение сопровождалось нарушением гуманистических принципов деятельности, рядом «форс-мажоров», потерей доверия партнеров и т.д. *Интеллектуальный успех* приходит лишь в том случае, если высокие результаты «оплодотворены» ценностно-созидательными смыслами соответствующих взаимодействий.

Поскольку корпоративный успех предстает как интегральный итог множества успешных личностных стратегий, одной из важнейших задач интеллектуального предпринимательства в деятельности Центра является создание таких условий, при которых *каждый сотрудник смог бы сформировать видение своих перспектив и обнаружить путь к собственному успеху*. В рамках этих условий каждый сотрудник сможет обнаружить индивидуальный «стратегический разрыв» и приобрести ясность в том, какой набор личностных компетенций ему следует целенаправленно формировать, чтобы прийти к индивидуальному и корпоративному успеху одновременно.

Таким образом, отмеченные ключевые принципы интеллектуального предпринимательства в деятельности Центра и его сотрудников [1-2], а также их краткая характеристика нацеливают на критический и, одновременно, конструктивный подход к существующим ментальным и ценностно-смысловым аспектам организации [3-4] и осуществления научно-образовательной деятельности университета и его структурных подразделений. Основная задача интеллектуального предпринимательства в деятельности Центра и университета состоит в том, чтобы формировать новую *«системную компетенцию»* у сотрудников и у субъектов обучения, а именно: способность к самостоятельному непрерывному и расширенному воспроизводству новейших знаний. В противном случае, едва ли будет обеспечено наиболее полное удовлетворение креативных и когнитивных потребностей экономики, ориентированной на масштабные и непрерывные экономические инновации.

Список использованных источников и литературы

1. Ломакин М.И., Ниязов Р.А. Оценка инновационного потенциала сотрудника проектной группы предприятия // Наука и бизнес: пути развития. 2013. № 11 (29). С. 95-99.
2. Дрогобыцкая К.С., Ломакин М.И., Ниязов Р.А. Модель оценки инновационного потенциала проектной группы // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2012. № 4 (8).
3. Ломакин М.И., Смирнова Л.В. Оценка качества доверительных взаимодействий в системе «домохозяйство - поставщики социально-информационных услуг» // Транспортное дело России. 2013. № 4.
4. Королев П.П., Ломакин М.И. Современная структура и особенности развития продуктов интеллектуального капитала // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2012. № 1 (5).

© Салихов Б.В.

© Салихова И.С.