**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ МИССИЯ УНИВЕРСИТЕТА И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

**Апанасович Владимир Владимирович, Морозов Родион Игоревич,**

**Апанасович Наталья Владимировна**

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, Республика Беларусь apanasovich@sbmt.by, morozov@sbmt.by , apanasovichn@sbmt.by

Современные студенты, представители так называемого «поколения Y» склонны к поиску инновационных решений, познанию своих способностей, предпринимательскому поведению[1]. Они выходят на рынок труда и будут строить свои карьеры. Для них чрезвычайно важно получить навыки инновационного предпринимательства через различные механизмы предпринимательского бизнес-образования.

В странах с переходной экономикой с низким уровнем затрат на исследования и разработки необходимо основное внимание концентрировать на ДИВ модели («действия, использования и взаимодействия» модель инноваций, основанная на обучении посредством действия, использования и взаимодействия, от англ. DUI – learning-by-doing, by-using and by-interacting в отличие НТИ модели «наука-технологии-инновации», ориентирующейся на науку и технологии, от англ. STI - science and technology-based innovation). В таких странах, как Беларусь, стратегической целью предприятий должно являться производство инновационных товаров и услуг новых для национального рынка, а это требует повышения способности к обучению во всей экономической системе, а также эффективного управления и коммерциализации уже имеющихся знаний и технологий.

Роль университетов в национальной инновационной системе Беларуси должна быть адаптирована к текущим условиям. Белорусские университеты ощущают на себе усиливающееся давление правительства и предприятий по причине того, что образование и исследования в университетах в недостаточной степени удовлетворяют социально-экономическим интересам, университеты недостаточно включены в инновационные процессы и взаимодействия с предприятиями, особенно малыми и средними.

Инновации посредством ДИВ модели, на которую должны делать ставку белорусские предприятия [2], генерируются в широком смысле через обучение в процессе действия, использования и взаимодействия [3]. Концепция обучения в процессе действий предполагает, что предприятие осуществляет обучение (переобучение), основанное на опыте, и повышает производительность и эффективность через практику и многофункциональность. Инновации на ДИВ предприятиях должны являться неотъемлемой чертой ежедневной деятельности, а не быть лишь прерогативой научно-исследовательских подразделений. Это требует определенного уровня деловых и предпринимательских качеств и компетенций. Обучение в процессе использования знаний и технологий или, например, при использовании информации от потребителя и в процессе изучения спроса на продукт в соответствии с требованиями заказчика создаёт возможность экспериментировать и решать проблемы на уровне производства. Инновации могут быть результатом взаимодействий и связей с контрагентами и партнерами, что обеспечивает доступ к информации о технологиях и рынках.

Национальная экономика и предприятия все больше испытывают потребность не в узких специалистах, а в многофункциональных, мобильных обладающих лидерскими и предпринимательскими качествами, навыками коммуникаций и работы в команде сотрудниках, наличие которых позволило бы генерировать инновации в рамках ДИВ модели. Теоретические знания, получаемые в университетах, зачастую не используются по причине их узкой направленности или быстрого устаревания.

Современные университеты должны вносить вклад в создание нового поколения выпускников, которые способны эффективно внедрять ДИВ модель в инновационный процесс. Предпринимательское бизнес-образование как раз должно дополнять и раскрывать потенциал теоретических знаний и аналитических навыков и быть направлено на развития указанных выше востребованных характеристик, а также способности и мотивации к дальнейшему обучению. Способность к обучению в целом играет ключевую роль в человеческом развитии, расширяет возможности отдельных лиц и коллективов и положительно влияет на благосостояние людей.

В инновационной экономике становятся все более востребованными выпускники вузов с деловыми, предпринимательскими навыками и гибким, креативным мышлением, чем с просто с теоретическими знаниями и техническими навыками, на развитие которых направлено обучение на специальностях, не относящихся к управленческому и бизнес-образованию. В то же время популярность программы MBA среди выпускников технических и естественнонаучных факультетов свидетельствует о важности навыков и компетенций, получаемых посредством бизнес-образования.

С целью изучения инновационного и предпринимательского потенциала студентов и выпускников БГУ в 2013-2014 году было проведено выборочное исследование, охватившее 369 студентов и 266 выпускников. Результаты показали, что 63,4% студентов хотели бы учредить собственную фирму в течение пяти лет после завершения обучения в университете. Важно подчеркнуть, что, хотя доля студентов с предпринимательским намерением разнится в Институте бизнеса и менеджмента технологий БГУ (ИБМТ) (68,8%) и на других факультетах БГУ (55,8%), эти результаты достаточно высоки. Если бы БГУ был представлен в международном исследовании GUESSS, страна заняла бы 5–6-ое место по уровню предпринимательских намерений среди 34 стран, в которых проводилось исследование. В то же время, исследование выпускников показало, что этот предпринимательский и инновационный потенциал не реализуется в полной мере: только 10,8% всех выпускников ведут собственный бизнес (15,7% – ИБМТ и 7,8% – БГУ), 21,6% принимали участия или сами создавали некоммерческие организации (17,1% – ИБМТ, 24,7% – БГУ). В то же время выпускники университета проявляют себя инициативными и креативными сотрудниками: 63,8% выпускников сообщили о том, что хоть однажды инициировали организационные, процессные или продуктовые инновации (67,6 % – ИБМТ и 61,4% – БГУ).

Результаты регрессионного анализа, основанного на использовании теории планируемого поведения и социально-когнитивной теории, продемонстрировали, что бизнес-образование не влияет на предпринимательские намерения студентов, но повышает вероятность того, что выпускник учредит компанию и будет ей управлять. Это говорит о том, что для реализации инновационного и предпринимательского потенциала студентам всех факультетов необходимо предлагать курсы по развитию предпринимательских компетенций. В то же время, предпринимательское бизнес-образование нуждается в модернизации, так как оно не оказало существенного влияния на деятельность выпускников по созданию некоммерческих организаций, а также по генерации инноваций (организационных, процессных, продуктовых) на действующих предприятиях. Безусловно, эти зависимости требуют дальнейших исследований на большей выборке студентов и выпускников разных белорусских вузов. Ориентирами для таких исследований могут служить результаты анализа предпринимательской деятельности американских вузов: Стэндфордского университета и Массачусетского технологического института (МТИ). Так, благодаря предпринимательскому бизнес-образованию и университетской среде, инновационные компании, основанные выпускниками Стэнфорда и МТИ, генерируют 2,7 и 2 триллиона долларов ежегодного дохода и создали 5,4 и 3,3 миллиона рабочих мест соответственно. Такой успех пока невозможен на той стадии социально-экономического развития, на которой находится сейчас Республика Беларусь, но предпринимательское бизнес-образование уже сейчас должно помогать решить проблему трудоустройства выпускников в условиях модернизации многих отраслей белорусской экономики.

Исследования, посвященные предпринимательскому бизнес-образованию, свидетельствуют о том, что выпускники, прошедшие через него, не только с большей вероятностью создадут компанию, но и являются более конкурентоспособными на рынке труда, занимают более высокие позиции и имеют более высокий доход. В то же время, чтобы результаты предпринимательского бизнес-образования были заметны (иннициативность, инновативность, креативность, амбициозность и лидерство выпускников), должны активно внедряться передовые технологии и методы обучения. Ключевым компонентом такого образования также становится вузовская среда, способствующая формированию предпринимательской культуры, устремлений и реализации бизнес-идей.

Формирование в вузах предпринимательской среды и, как следствие, развитие предпринимательской активности студентов, преподавателей и сотрудников дают возможность регионам и городам, где расположены такие вузы, становиться более конкурентоспособными в современном обществе знаний [4]. Выходя за рамки обучения, генерации и распространения знаний, современные предпринимательские вузы могут вносить вклад в развитие предпринимательского капитала – взращивать будущих лидеров с предпринимательским мышлением, ценностями и компетенциями, а также участвовать в создании инновационных предприятий.

В заключение, необходимо отметить, что опыт западноевропейских стран, находящихся на стадии экономического развития за счет инноваций, показывает, что белорусские высшие учебные заведения в том виде, в котором они существуют, и с нынешней моделью управления, будут неспособны сохранить свое положение в системе образования, производства знаний и в инновационной системе в целом. Белорусские вузы уже сейчас должны принимать на себя ответственность за выполнение новой для них предпринимательской миссии, чтобы не просто быть готовыми к новой экономике, движимой инновациями и предпринимательством, но и создавать предпосылки для перехода страны и регионов на стадию экономического развития за счет инноваций, а также для формирования мощного сектора малых и средних предприятий.

Литература

1. Quinn, S. Generational challenges in the workplace. / S. Quinn. Ventus Publishing Aps., 2010. – 38 p
2. Апанасович Н.В. Modes of innovation and innovation systems // Материалы ХI Междунар. науч.-практ. конф., 16–17 апр. 2015 г., Минск / Белорус. гос. ун-т, Ин-т бизнеса и менеджмента технологий / Редкол. : В. В. Апанасович (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Национальная библиотека, 2012. С. 14-15.
3. Jensen, M. B. Forms of knowledge and modes of innovation. / M. B.Jensen, B. Johnson, E. Lorenz, B.A. Lundvall. // Research Policy. – 2007. – Vol. 36. – P. 680-693.
4. Морозов Р.И. Предпринимательская среда вуза как важнейший элемент системы бизнес-образования / Р.И. Морозов, В.В. Апанасович // Материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф., 16–17 апр. 2015 г., Минск / Белорус. гос. ун-т, Ин-т бизнеса и менеджмента технологий / Редкол. : В. В. Апанасович (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Национальная библиотека, 2015. – 335 с. C.183-187.