

3. Rodionova N. P., Tryapitsina A. P. Professional competence as a result of pedagogical education // Post-graduate education: issues, experience, perspectives. SPb., 2004. P. 17–22.
4. Ozhigova L. N. Gender identity of individual and semantic mechanisms of its implementation: abstract of dissertation of the doctor of psychology. Krasnodar, 2006. 46 p.
5. Stolyarchuk L. I. Gender education: theoretical fundamentals // News of Volgograd state pedagogical university. Series “Pedagogical sciences”. 2006. # 1 (14). P. 112–117.
6. Scientific and methodological accompanying of the school personnel: pedagogical consulting and supervision: abstract / M. N. Pevzner [et al]; ed. by M. N. Pevzner, O. M. Zaichenko. Great Novgorod: NovGU named after Yaroslav the Wise: Institute of educational marketing and human resources, 2002. P. 171–175.
7. Voronina O. A. Dictionary of gender terms / ed. by A. Denisova [Electronic resource]. M.: Information of XXI century, 2002. Access mode: <http://www.gender.ru/index.php?id=2&subid=3#H0201> (date of viewing: 01.12.2011)
8. Pedagogical consulting: textbook for students of higher schools / M. N. Pevzner [et al]; ed. by V. A. Slastenina, I. A. Kolesnikova. M.: Publishing center Akademiya, 2006. P. 202–203.
9. Anufrieva E. V. Self-consciousness as the factor of functioning of social communities // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2006. # 1. P. 4–9.
10. Anufrieva E. V. Difficulties of training of post-graduate students from other cities // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2008. # 6. P. 159.
11. Anufrieva E. V., Polezhayev D.V. Economic sense of justice and its reflection in the modern Russian mentality. 2010. # 12 (2). P. 168–176.

УДК 378.1
ББК 74.58

Гричаникова Ирина Александровна,
канд. социол. наук, доцент,
проректор по научной работе и международной деятельности
Белгородского государственного института культуры и искусств,
г. Белгород,
e-mail: sociologia@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ВУЗЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ

FEATURES OF COMMERCIALIZATION OF THE INTELLECTUAL ACTIVITY RESULTS IN THE HIGH SCHOOL OF CULTURE AND ARTS

Рассматриваются проблема коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в вузах культуры и искусств, особенности инновационного процесса и инновационного продукта в сфере культуры и искусств. Среди функционирующих в отечественных и зарубежных вузах различных формах организационных структур наиболее соответствует специфике сферы культуры и искусств бизнес-инкубатор. Бизнес-инкубатор вуза представляет собой объединение малых вузовских фирм, имеющее целью создание общей системы экономико-правового обслуживания, а также общей системы инвестиций и общей системы ведения инновационной деятельности.

The article has reviewed the issue of commercialization of the intellectual activity results in high schools of culture and arts, features of innovative process and innovative product in sphere of culture and arts. Among the various forms of organizational structures of domestic and foreign high schools, business incubator conform to the specificity of culture and arts most of all. The high school business-incubator represents the association of small firms of the high school with the object of establishing the general system of economic-legal service, as well as the general system of investments and performance of innovative activity.

Ключевые слова: коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности, инновационный продукт, инновационный процесс, бизнес-инкубатор, интеллектуальная деятельность, инновация, вуз, инвестиции, сфера культуры и искусства, научно-исследовательская деятельность.

Keywords: commercialization of the intellectual activity results; innovative product; innovative process; business incubator; intellectual activity; innovation, high school, investments, culture and art, scientific and research activity.

Сфера культуры и искусств, структура ее организаций, учреждений и органов, материальная база, кадры, формы и методы работы, сложившиеся в отечественной практике, включены в рыночные отношения, которые предъявили к ней совершенно новые жесткие требования. Среди них особенно выделяются два: развитие инновационных процессов и коммерциализация деятельности. Оба этих требования, на первый взгляд, противоречат сущности отрасли. С одной стороны, инновационные процессы сегодня – одна из важнейших характеристик практически любого вида профессиональной деятельности человека и уж, во всяком случае, любого производства. С другой стороны, сфера

культуры и искусств по своей сути ближе не к производству, а к сфере услуг, и поэтому инновации и инновационный процесс в традиционной трактовке этих понятия в ней имеют выраженную специфику, которую необходимо принимать во внимание при ориентации на второе указанное требование.

Коммерциализация деятельности в сфере культуры и искусств, а если быть более точными, в инновационной деятельности, сталкивается с серьезной проблемой – сохранение высокого культурного и художественного уровня результатов (услуги, произведения искусства т. п.). Необходимость получения прибыли не должна негативно сказываться на качестве «продукта», не должна лишать его элемента элитности и ориентировать на примитив, вписывающийся в интересы только массового потребителя. Напротив, данное требование нацеливает на производство культурного продукта, предназначенного не просто целевой аудитории, но и созданного с учетом интересов конкретного потребителя. Возможно, подобная индивидуализация производства и является основной чертой инновации в сфере культуры и искусств.

В настоящее время можно говорить о выработке своеобразного международного стандарта понятия «инновация» как вполне определенной управленческой категории. Формированию этого международного стандарта во многом способствовали два документа, известные под названиями «Руководство Фраскати» и «Руководство Осло». Понятия инновации, принятого в этих документах, придерживается большинство теоретиков и практиков в области экономики. Именно оно взято за основу и при выработке нормативно-правовой базы по инновационной деятельности в нашей стране, при разработке концепций, программ, других стратегических документов по инновационной деятельности. Согласно ему «инновация (нововведение) – это конечный результат творческой деятельности, получивший воплощение в виде новой или усовершенствованной продукции, реализуемой на рынке, либо нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности» [1, с. 115]. С учетом специфических особенностей сферы культуры и искусств это определение можно дополнить следующим образом: «...новой услуги, выводящей потребности и интересы общества на более высокий культурный уровень».

Исходя из мнения специалистов, можно сказать, что понятие «инновация» рассматривается с трех позиций:

- инновация как результат инновационной деятельности (научного прогресса);
- инновация как средство повышения отдачи от вложенных ресурсов;
- инновация как объект, внедренный в производство.

Каждая из этих позиций обнаруживает принципиальную стыковку с особенностями сферы культуры и искусств. Присутствие инновационной деятельности в данной сфере обусловлено обязательными научными изысканиями по проблемам современной культуры и искусства. Только получение качественных изменений в уровне и содержании предоставляемых в сфере культуры и искусств услуг делает возможным возмещение вложенных в их создание ресурсов. Гарантию качества и принципиальной новизны дает закрепление права интеллектуальной собственности, которое, наряду с действующим в сфере культуры и искусств авторским правом, предваряется экспертной оценкой.

Неотделимыми свойствами инновации являются научно-технологическая и, с учетом особенностей сферы

культуры и искусств, научно-творческая новизна и применимость в производственном или культууроформирующем процессе. Коммерческая реализуемость по отношению к инновации выступает как потенциальное свойство, для достижения которого необходимы определенные усилия. НТИ характеризует конечный результат научно-производственного цикла (НПЦ), который выступает в качестве особого товара – научно-технической продукции – и является материализацией новых научных идей и знаний, открытий, изобретений и разработок в производстве с целью коммерческой реализации для удовлетворения конкретных потребностей.

Инновация является результатом научно-исследовательской и научно-творческой деятельности. Это обусловлено тем, что в сфере культуры и искусств существенную роль в создании принципиально нового продукта, услуги, технологии играет творческий процесс, построенный на прочной исследовательской базе.

По мнению большинства авторов, инновационный процесс начинается с фундаментальных научных исследований. В то же время он не заканчивается так называемым внедрением, т. е. первым появлением на рынке нового продукта, услуги или доведением до проектной мощности новой технологии. Процесс не прерывается, так как по мере распространения в экономике нововведение совершенствуется, делается более эффективным, приобретает новые потребительские свойства, что открывает для него новые области применения, новые рынки, а значит, и новых потребителей [2].

Фундаментальные НИР являются базой для инновационной деятельности и поэтому в некоторых источниках литературы называются базовыми научными исследованиями. Положительный выход фундаментальных исследований в мировой науке составляет 5 %. Цель и задача фундаментальных наук – познание законов, управление поведением и взаимодействием базисных структур природы, общества и культуры. Эти законы и структуры изучаются как таковые, т. е. не предполагается какое-либо их использование. Задача же прикладных наук – применение результатов фундаментальных наук для решения не только познавательных, но и социально-практических проблем. Как правило, фундаментальные науки опережают в своем развитии прикладные [3].

Прикладные исследования – это работы теоретического и экспериментального характера, целью которых является формулирование основных принципов изготовления новых (усовершенствованных) продуктов, технологий, техники и т. д. Прикладные исследования направлены на создание новых либо на совершенствование существующих технических средств, технологий, материалов и др. Целевая направленность прикладных исследований и высокая вероятность достижения конечных результатов позволяют организовать их выполнение на плановой основе [4].

Если фундаментальные и прикладные научные исследования в сфере культуры и искусств не имеют принципиальной разницы, отличаясь только тематикой, то опытно-конструкторские работы, которые переводят инновационный процесс непосредственно в инновационную деятельность, сохраняя свое содержание, выглядят иначе. Создаваемая модель выполняется не технически, а экономически. Ее основу составляет технологическое и экономическое описание.

Инновационная деятельность имеет основной целью реализацию на практике инноваций, полученных в результа-

те фундаментальных и прикладных научно-исследовательских работ и научно-технической деятельности. По своему содержанию это понятие более узкое, чем производственный процесс. Оно обозначает непосредственно производственную стадию и две наиболее близко с ней взаимосвязанные: предпроизводственную (маркетинговые исследования и формирование спроса) и послепроизводственную (реализация инновационного продукта или услуги и послепродажное обслуживание).

Результатом инновационной деятельности является ее «продукт». Продукт инновационной деятельности – это результат практической реализации инноваций, выраженный в материальной форме или в виде технологического процесса, пригодного для серийной реализации в общественной практике, обладающий новыми или улучшенными качествами.

К продуктам инновационной деятельности при таком подходе относят [5, с. 32]:

- экспериментальные, опытные образцы и мелкосерийные партии новой техники, материалов и изделий и др.;
- новые технологии, включающие результаты реализации совокупности материальных, информационных и организационных нововведений, полученных при выполнении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

В сфере культуры и искусств представлены обе разновидности инновационного продукта, однако, как уже говорилось ранее, даже при «массовом внедрении» он сохраняет элемент индивидуальности, эксклюзивности, ориентированности на конкретного потребителя, при этом, безусловно, становится новой ступенью в развитии культуры или отдельного вида искусства, к которому имеет непосредственное отношение.

Определение объектов интеллектуальной собственности в сфере культуры и искусств представляет некоторую сложность, поскольку далеко не все результаты, полученные в ходе научно-творческой деятельности, однозначно подходят под приведенные стандартные определения. Например, объекты промышленной собственности представлены в сфере культуры и искусств в основном товарными знаками – это разработанные дизайнерами различные логотипы, эмблемы, бренды и т. п. Шире представлены ноу-хау, являющиеся уникальными технологиями осуществления различных видов творческой деятельности (художественные техники, аранжировки, художественные постановки и т. д.). Основная сложность в их определении заключается в том, что они не являются основой массового производства, а представляют собой своего рода «малосерийный» продукт. Большая часть создаваемых в сфере культуры и искусств инноваций относится к объектам авторского права. Объекты интеллектуальной собственности, что особо важно учитывать при определении термина «инновация», могут быть предметами купли-продажи и коммерческого использования и подлежать экономической оценке величины их стоимости.

Для достижения прогнозируемого экономического эффекта очень важно минимизировать разрыв между разработкой модели, выпуском малой серии и внедрением в производство. Это возможно только при условии тесного взаимодействия нескольких субъектов инновационного процесса: исследователя, инженера и предпринимателя. В сфере культуры и искусств эта триада сохраняется, однако, в зависимости от конкретного направления деятельности, которого касается инновационный процесс, в роли инженера выступает специалист-практик в этой области.

Наибольший эффект в оптимизации взаимодействия субъектов инновационного процесса достигается в том случае, если все три субъекта действуют в рамках высшей профессиональной школы. Учреждения высшего образования (университеты, академии, институты) сегодня активно включаются в инновационные процессы всех секторов российской экономики не только исследовательскими проектами, но и созданием экспериментальных площадок, малых инновационных производственных предприятий и комплексов.

Такая возможность появилась у российских вузов с момента вступления в силу принятого 24 июля 2009 г. Государственной думой РФ Закона № 217 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» [6]. огласно этому законодательному акту «высшие учебные заведения, являющиеся бюджетными образовательными учреждениями, и созданные государственными академиями наук высшие учебные заведения имеют право... быть учредителями (в том числе совместно с другими лицами) хозяйственных обществ, деятельность которых заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности (программ для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау), исключительные права на которые принадлежат данным высшим учебным заведениям».

Вследствие этого многие отечественные вузы осваивают относительно новое для себя направление деятельности – инновационное, элементы которого до сих пор были представлены научно-техническими, а в вузах культуры и искусств, научно-творческими исследованиями. В вузах России в настоящее время действуют свыше 3 000 структур, включая малые инновационные и сервисные предприятия, обеспечивающие инновационную деятельность. Это позволило создать более 30 000 рабочих мест, две трети которых заняты профессорско-преподавательским составом, научными работниками, аспирантами и студентами вузов. На один рубль госбюджетных средств, затраченных на разработку инновационных проектов, приходится в среднем около трех рублей реализованной продукции. Причем 50 % научно-технической продукции производится вузами на собственной опытно-производственной базе и 50 % – в кооперации с предприятиями [7].

Одна из проблем, с которой сталкивается каждый инновационно ориентированный вуз – необходимость внесения изменений в организационную структуру, которая должна обеспечивать управление не только традиционными образовательными, научными, воспитательными, а в вузах культуры и искусств – творческими процессами, но и инновационными.

В настоящее время в мире существуют различные формы организационных структур управления инновационными процессами: научные парки, технологические и исследовательские парки, инновационные, инновационно-технологические и бизнес-инновационные центры, центры трансферта технологий, инкубаторы бизнеса и инкубаторы технологий, виртуальные инкубаторы, технополисы и другие. Каждая из них имеет примеры как независимого существования в качестве самостоятельной структуры,

так и в составе организационной структуры вуза. В российской практике более распространен второй вариант.

Можно выделить три основные группы инновационных структур [8, с. 45]:

1) инновационные центры (технополисы) представляют собой крупные современные научно-промышленные комплексы, являются сосредоточением научных исследований в передовых и пионерных отраслях, занимаются созданием благоприятной среды для развития новых наукоемких производств в этих отраслях;

2) научные парки (технопарки): их специфика – научные, конструкторские и технологические разработки, связанные с высокими технологиями (hi-tech). Несмотря на то, что технопарки существуют более полувека, на данный момент нет общепринятого их определения или устоявшейся классификации;

3) инкубаторы – это многофункциональные комплексы, предоставляющие разнообразные услуги новым инновационным фирмам, находящимся на стадии возникновения и становления. Главное направление деятельности инкубатора – развитие местной экономики и создание рабочих мест. Инкубаторы не всегда ориентированы на поддержку наукоемкого бизнеса. Например, в США задача инкубаторов соединять идеи и изобретения с капиталом и предпринимателями, привлекать общественные и частные фонды, чтобы обеспечить «стартовый период» новым внедренческим компаниям.

Поскольку в оценке организационной структуры управления инновационной деятельностью в сфере культуры и искусств мы исходим из особенностей данной сферы и ориентированы на рассмотрение инновационных структур в образовании и укрепление связи науки, образования и производства в сфере культуры и искусств, то наиболее соответствующей нам представляется форма бизнес-инкубатора. Во-первых, бизнес-инкубатор может охватывать не только наукоемкие и высокотехнологичные отрасли экономики, но и такие, которые традиционно не ассоциируются с инновационными технологиями, в частности сферу культуры и искусств. Во-вторых, эта форма ориентирована на создание максимально благоприятных условий для развития предприятий малого инновационного бизнеса, что для сферы культуры и искусств имеет первостепенное значение, т. к. инвестирование в инновации этой сферы практически не развито. В-третьих, организационная структура вуза легко трансформируется, включая в себя бизнес-инкубатор как подструктуру управления инновационными процессами. А самое главное – появление бизнес-инкубаторов в государственных вузах позволяет обеспечить им наиболее благоприятные условия для развития, создавая многоканальные системы финансирования их деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент. СПб.: Питер, 2000. 208 с.
2. Глисин Ф. Ф. Инновационная деятельность в России // Инвестиции в России. 2000. № 3. С. 18–21.
3. Грязнова А. Г. Болонский процесс: основные вехи на пути к «Европе знаний» // Вестник Финансовой академии. 2004. № 1. С. 12–22.
4. Инновационный менеджмент : справ. пособие / под ред. И. П. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЦИСН, 1998. 567 с.
5. Атоян В. Р. Организация инновационной деятельности в российских технических вузах : дис. ... д-ра экон. наук. Саратов, 1998. 327 с.
6. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения)

Среди функционирующих в отечественных и зарубежных вузах различных формах организационных структур наиболее соответствует специфике сферы культуры и искусств бизнес-инкубатор. Бизнес-инкубатор вуза представляет собой объединение малых вузовских фирм, имеющее целью создание общей системы экономико-правового обслуживания, а также общей системы инвестиций и общей системы ведения инновационной деятельности. Бизнес-инкубаторы должны превратить научные открытия и творческие разработки в коммерческие продукты за счет соединения в одной точке достижений науки, образования и бизнеса.

Особенностям этих процессов в сфере культуры и искусств в большей степени соответствует такой структурный сегмент управления, как бизнес-инкубатор. В постановлении Правительства РФ от 22 апреля 2005 г. № 249 «Об условиях и порядке предоставления в 2005 году средств федерального бюджета, предусмотренных на государственную поддержку малого предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» было введено следующее определение: «Бизнес-инкубаторы – организации, созданные для поддержки предпринимателей на ранней стадии их деятельности путем предоставления в аренду помещений и оказания консультационных, бухгалтерских и юридических услуг».

Бизнес-инкубатор в сфере культуры и искусств должен представлять собой благоприятную среду, внешнюю оболочку, защищающую новичков, начинающих менеджеров, не имеющих исходной материальной базы для организации бизнеса. В нем имеется все необходимое для приобщения к бизнесу и деловому сотрудничеству: офисные и производственные помещения, оборудование, компьютеры и оргтехника, средства телекоммуникаций, широкие возможности их льготной аренды. В бизнес-инкубаторе молодым специалистам сферы культуры и искусств предлагается организовать коммерческую фирму, чтобы в условиях экономической свободы действий при финансовой поддержке бизнес-инкубатора и содействии его квалифицированных кураторов освоить конкретное дело, стать предпринимателями в сфере культуры и искусств.

Важной характеристикой бизнес-инкубатора является то, что, создаваемый как сегмент организационной структуры управления инновационными процессами, он становится субъектом инновационной инфраструктуры. Его целью является не только развитие инновационной деятельности в вузе, но и образование новых предприятий на основе коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности, создание рабочих мест для молодых специалистов и, как следствие, экономическое развитие региона на основе комплексного метода организации инновационного процесса. Для внедрения представленной модели необходима не только законодательная база, но и поддержка со стороны правительства региона.

результатов интеллектуальной деятельности : федер. закон от 02.08.2009 № 217-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2009. № 31. Ст. 3923.

7. Шукшунов В. Е. Состояние, перспективы развития и повышения эффективности инновационной деятельности высшей школы России // Инновации. 2005. № 6. С. 59–64.

8. Ильина Е. Г. Малые инновационные структуры вузов в системе профессиональной подготовки кадров : дис. ... канд. экон. наук. М. 2009.

REFERENCES

1. Balabanov I. T. Innovative management. SPb.: Peter, 2000. 208 p.
2. Glisin F. F. Innovative activity in Russia // Investments in Russia. 2000. # 3. P. 18–21.
3. Gruaznova A. G. Bologna process: the basic milestones on the way to «Europe of knowledge» // Bulletin of Financial academy. 2004. # 1. P. 12–22.
4. Innovative management: reference guide / ed. by of I. P. Zavlin, A. K. Kazantsev, L. E. Mindely. 2 ed., revised and amended M.: TsISN, 1998. 567 p.
5. Atojan V. R. Arrangement of innovative activity in the Russian technical high schools: dissertation of the doctor of economics. Saratov, 1998. 327 p.
6. On incorporation of changes into some legislative enactments of the Russian Federation regarding establishing of the economic companies by the budget scientific and educational institutions in order to practically use (introduce) the results of intellectual activity: federal law dated 02.08.2009 # 217-FZ // Collection of the RF legislation. 2009. # 31. Article 3923.
7. Shukshunov V. E. Condition, prospects of development and increase of efficiency of innovative activity of the higher school of Russia // Innovations. 2005. # 6. P. 59–64.
8. Ilyina E. G. Small innovative structures of high schools in the system of vocational training of personnel: dissertation of the candidate of economics. M., 2009.

УДК 378.1
ББК 74.58

Молдавская Евгения Эдуардовна,
ведущий инженер управления делами,
аспирант каф. теории и методики профессионального образования
Астраханского государственного университета,
г. Астрахань,
e-mail: genurochka82@mail.ru;
Трещев Александр Михайлович,
д-р пед. наук, профессор, проректор по внутреннему аудиту СМК
Астраханского государственного университета,
г. Астрахань,
e-mail: genurochka82@mail.ru

ПУТИ АДАПТАЦИИ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В САМООБУЧАЮЩЕЙСЯ ОРГАНИЗАЦИИ

THE WAYS FOR ADAPTATION OF THE CONCEPT OF LEAN PRODUCTION IN THE SELF-LEARNING ORGANIZATION.

Внедрение бережливого производства является одним из перспективных направлений повышения эффективности деятельности университета. Компания, комплексно внедряющая принципы бережливого производства, может значительно повысить показатели эффективности. В статье рассматриваются проблемы внедрения принципов бережливого производства в деятельность университета, возможности повышения качества предоставляемых услуг и деятельности университета как самообучающейся организации. Самообучающаяся организация всегда будет конкурентоспособна. Принцип самообучения организации основывается на создании системы и внедрении системного мышления у членов подобной организации.

The introduction of 'lean production' is the one of the promising directions for increasing efficiency of the university activ-

ity. The company introducing principles of lean production is able to significantly improve the efficiency indicators. The article has reviewed the issue of implementation of "lean production" principles into the activity of the university as a self-learning organization. The self-learning organization will always be competitive. The principle of the organization self-learning is based on establishing the system and introduction of systematic thinking for the members of such organization.

Ключевые слова: бережливое производство, качество образования, менеджмент качества, внутренняя экспертиза, образовательный процесс, самообучающаяся организация, системный подход, знания, принципы, стандарты.

Keywords: lean production, quality of education, quality management, internal expertise, educational process, self-learning organization, system approach, knowledge, principles, standards.