

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



**ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ
ФЕСТИВАЛЬ
ІННОВАЦІЙ**

**КРУГЛИЙ СТІЛ
«РОЗВИТОК АКАДЕМІЧНОГО
ПІДПРИЄМНИЦТВА В
ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА
НАУКОВИХ УСТАНОВАХ
УКРАЇНИ»**

**16 травня 2019 рік
м. Київ**

УДК 338.24:37.014.54(477):378.112

Розвиток академічного підприємництва
в закладах вищої освіти та наукових
установах України:
Круглий стіл (м. Київ, 16 травня 2019),
відп. ред. Д.Ю. Чайка. – К., 2019. – 128 с.

Розглянуто актуальні питання перспективи розвитку академічного підприємництва у вітчизняних закладах вищої освіти та наукових установах; проаналізовано світовий досвід управління в системі вищої освіти та ключові аспекти академічного підприємництва. Визначено проблеми нормативно-правового забезпечення комерціалізації науково-технічних розробок в контексті регіонального інноваційного потенціалу.

Розміщена у збірнику інформація, сприятиме розв'язанню нагальних проблем в процесі становлення академічного підприємництва в Україні та може бути використана вченими, викладачами, науковцями, державними службовцями центральних і місцевих органів виконавчої влади, до сфери інтересів яких належать питання академічного підприємництва та впровадження інновацій.

Редакційна колегія: Д.Ю. Чайка (відпов. ред.), О.В. Прудка, О.В. Двигун.

ЗМІСТ

МОЖЛИВОСТІ І ВИКЛИКИ ЩОДО РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ СЕРЕДОВИЩ В УНІВЕРСИТЕТАХ ТА НДІ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ РЕФОРМ В УКРАЇНІ І.І. Кульчицький, О.І. Кульчицький <i>ГО Агенція Європейських Інновацій</i>	5
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ К.В. Бондаревська <i>Дніпровський національний університет ім. О.Гончара</i>	10
РОЗВИТОК АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ К.В. Мазур <i>Вінницький національний аграрний університет</i>	14
АКАДЕМІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ТРЕНДОВА ВИМОГА ДО СИНЕРГІЇ НАУКИ ТА ЕКОНОМІКИ М.О. Нежива <i>Київський національний торговельно-економічний університет</i>	19
НЕОБХІДНІСТЬ ТА ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ Л.О. Дроздовська <i>Львівський національний університет імені Івана Франка</i>	22
АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА О.Ю. Лушнікова <i>Криворізький державний комерційно-економічний технікум</i>	27
АКАДЕМІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ О.Г. Кубай <i>Вінницький національний аграрний університет</i>	31
АКАДЕМІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ЯК ЗАБЕЗПЕЧИТИ СИСТЕМНІ ІННОВАЦІЇ ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЮ НАУКОВИХ РОЗРОБОК С.М. Щегель <i>ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»</i>	36
ПРО ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ СИСТЕМИ «ДЕРЖАВА-ОСВІТА-БІЗНЕС» С.І. Бай <i>Київський національний торговельно-економічний університет</i>	39
АКАДЕМІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК МЕХАНІЗМ ПІДГОТОВКИ ВИСОКОКВАЛІФІКОВАНИХ ФАХІВЦІВ М.Л. Васильєв, В.П. Якобчук, М.Ф. Плотнікова <i>Житомирський національний агроекологічний університет, ВГО «Народний рух захисту Землі»</i> ...	42
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ Я.В. Гонтарук <i>Вінницький національний аграрний університет</i>	46
МЕДИЦИНА ГРАНИЧНИХ СТАНІВ – ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ГАЛУЗІ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ В.О. Коробчанський <i>Харківський національний медичний університет</i>	51
ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОНАХТ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АПК Н.М. Поварова, О.І. Данилова <i>Одеська національна академія харчових технологій</i>	55
УЧАСТЬ ЗВО У МІСЦЕВОМУ І РЕГІОНАЛЬНОМУ ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ Ж.В. Гарбар <i>Вінницький національний аграрний університет</i>	58
ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ АКАДЕМІЧНИХ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ У.Б. Бережницька	

<i>Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу</i>	63
ПЕРЕДАЧА ЗНАТЬ НАУКОВИМИ УСТАНОВАМИ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
В.П. Кохан	
<i>Науково-дослідний інститут правового забезпечення інноваційного розвитку Національної академії правових наук України</i>	67
АКАДЕМІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО СТУДЕНТІВ У ПРОЦЕСІ ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВАНОГО НАВЧАННЯ	
Г.О. Ковальчук, Ю.С. Баніт	
<i>ДЗВО «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»</i>	70
ПОШУК ТОЧОК ГЕНЕРУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
Н.М. Михайличенко, Л.В. Нечволода	
<i>Донбаська державна машинобудівна академія</i>	78
КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ СТУДЕНТІВ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
Ю.В. Герасименко	
<i>Вінницький національний аграрний університет</i>	82
АКАДЕМІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІКИ	
Н.В. Пономаренко	
<i>Криворізький державний комерційно-економічний технікум</i>	86
РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	
В.І. Довбенко	
<i>Національний університет «Львівська політехніка»</i>	89
АКАДЕМІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ДОСВІД США	
Н. Ю. Фіщук	
<i>Вінницький національний аграрний університет</i>	96
УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА РОЗВИТОК АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УНІВЕРСИТЕТАХ: ДОСВІД США	
Л.Т. Гораль, О.С. Яцюк, Н.І. Яшеріцина	
<i>Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу</i>	100
РОЗВИТОК АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ІННОВАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ КНР: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ	
Л.Л. Антонюк, О.В. Дроботюк, О.С. Хлистова	
<i>Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана</i>	104
ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІОЛОГІЇ У СФЕРІ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
М.М. Чаплик	
<i>Донецький державний університет управління</i>	111
БРЕНДИНГ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	
І.О. Термоса	
<i>Глухівський національний педагогічний університет імені Олександра Довженка</i>	115
СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ДЛЯ УКРАЇНИ	
Л.А. Слатвінська	
<i>Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини</i>	119
ACADEMIC ENTREPRENEURSHIP BY RESEARCH COMMERCIALIZATION IN UKRAINE	
М. Belitsky	
Henley Business School, University of Reading	
N.I. Cherkas	
Kyiv National Economic University named by Vadym Hetman	123
ГЕНЕРАЛЬНІ ПАРТНЕРИ	127
АЛФАВІТНИЙ ПОКАЖЧИК	128

КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ СТУДЕНТІВ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ю.В. Герасименко

Вінницький національний аграрний університет

Креативність настільки ж важлива в освіті, як і грамотність (Кен Робінсон)

Розвиток академічного підприємництва сприяє підвищенню інноваційності і конкурентоспроможності економіки, особливо у секторі малих і середніх підприємств. У 2017 р. уряд схвалив Стратегію розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2010 року, метою якої є сприяння розвитку підприємництва в Україні, створення сприятливих умов для відкриття, ведення і зростання малого і середнього підприємництва шляхом консолідації зусиль усіх зацікавлених сторін, що забезпечить соціально-економічний розвиток країни та підвищить рівень життя населення. Для її досягнення визначено шість стратегічних напрямків, одним з яких є підвищення конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу малого і середнього підприємництва [1].

У рамках зазначеної цілі передбачено розвиток академічного підприємництва як способу передачі знань і технологій із сфери науки і вищої освіти в сектор підприємництва, оскільки знання та нововведення, що «народжуються» у закладах вищої освіти, є товаром для продажу.

Академічне підприємництво – це форма інтеграції освіти, науки і бізнесу, це платформа для комерціалізації наукових знань. Відповідно, результативність та ефективність цього процесу, значною мірою, залежить від студентів (майбутніх науковців, підприємців, менеджерів), здатних нестандартно мислити у звичайних ситуаціях і знаходити креативні рішення простих проблем, ділитися власним досвідом один з одним, а не просто рутинно виконувати поставлені завдання.

Отже, академічне підприємництво швидше варто розглядати як певну мотивацію дій, ніж як конкретний механізм. Крім того, Україна має достатній рівень розвитку людського капіталу, належний рівень знань, ресурси та насагу, необхідні для суттєвого стрибка у напрямку розвитку академічного підприємництва [2, с. 11-12]. Але для цього потрібно створити умови формування і розкриття креативного потенціалу студентів, оскільки креативність є найважливішою навичкою, що допомагає підготувати молодих майбутніх спеціалістів до труднощів та викликів сучасного світу.

Креативність – це творчий потенціал, здібності, що виявляються не тільки в оригінальних продуктах діяльності, а й у мисленні, почуттях і спілкуванні з іншими людьми. Креативного індивіда зазвичай вирізняє інтерес і підвищена чутливість до всього складного, незвичного, відкритість до нового. Вона відзначається пластичністю, є самостійним чинником обдарованості і не обов'язково корелює з рівнем інтелекту індивіда та успішністю його навчання [3, с. 432].

Значною мірою сприятиме процесу формування креативного підприємницького мислення студентів включення до навчальних програм закладів вищої освіти наступних бізнес-курсів: правові основи ведення бізнесу,

проектний менеджмент, бізнес-планування, техніка ведення переговорів, розвиток презентаційних навичок, управління правами інтелектуальної власності, маркетинг у підприємницькій діяльності, фінанси підприємств, управління командною роботою на підприємстві, розвиток соціальних навичок для підприємців [2, с. 22].

Крім того, успішними способами розвитку креативних бізнес-навичок у студентів є проведення тренінгів, наприклад, «Робота фрілансером», «Бізнес-ігри» та організація літніх шкіл для майбутніх підприємців. Але першими і дуже важливими кроками на шляху до посилення практичної спрямованості процесу навчання і передачі досвіду підприємницької діяльності може стати запрошення фахівців-практиків до проведення тематичних майстер-класів, залучення бізнес-менторів і підприємців до проведення конкурсів стартапів, а також налагодження фріланс-партнерства або фріланс-підтримки ініціативних, підприємницьких студентів.

Так званім «заключним акордом» може стати створення академічного бізнес-інкубатора, в якому студенти та молоді науковці навчатимуться створювати власні стартапи, працювати над проектами, а найбільш інноваційно-прагматичні пропозиції – отримувати інвестиційну підтримку, наприклад, через краудфандинг (громадське фінансування).

Загалом, академічне бізнес-інкубаторство дає змогу подолати академічний розрив між вищою школою і практикою впровадження інновацій, виділити найбільш активних представників і дати їм плацдарм для здійснення найсміливіших ідей. Академічні інкубатори підприємництва – це структури, створені на громадських засадах у науково-освітніх закладах за сприяння місцевої влади та іноземних організацій з метою підтримки розвитку малого підприємництва в регіоні. Їхня діяльність забезпечується на паритетній і регулярній основі, базується на принципах соціального партнерства, співпраці працівників органів місцевого самоврядування, об'єднань підприємців, громадських і профспілкових організацій працівників недержавного сектору економіки [4].

Креативність – це здатність створювати і знаходити нові оригінальні ідеї, це бачення проблем під іншим кутом. Дж. Гілфордом було виділено наступні параметри креативності [5]:

- здатність до виявлення і постановки проблеми;
- здатність до генерування великої кількості ідей;
- гнучкість – здатність продукувати різноманітні ідеї;
- оригінальність – здатність створювати ідеї, що відрізняються від загальноприйнятих поглядів, відповідати на подразники нестандартно;
- здатність удосконалювати об'єкт, додаючи деталі;
- здатність вирішувати проблеми, проявляючи семантичну гнучкість – побачити в об'єкті нові ознаки, знайти нове використання.

Для розвитку креативного мислення студентів можна використовувати різні методи генерації ідей під час виконання поставлених навчальних завдань, вирішення проблемної ситуації, проведення ділової гри тощо. Звернемо увагу на декілька з них [6]:

1) тихий штурм (6-3-5) – метод, за якого шість людей генерують та записують три ідеї протягом 5 хвилин, далі – передають листочок іншій людині по колу, поки всі 6 листків не зроблять коло;

2) шість шляп Едварда де Боно – пошук нової ідеї шляхом примірювання на себе однієї з шести шляп та стимулювання дискусії [7]:

- біла шляпа – факти та інформація (дані, які у нас є);
- чорна шляпа – побоювання та сумніви (критичне ставлення до проблеми);
- жовта шляпа – оптимізм (конструктивна позиція щодо втілення ідеї);
- зелена шляпа – творче мислення (додаткові варіанти, провокації, нові ідеї, повторювання старих ідей);
- синя шляпа – контроль та методологія (об'єктивний погляд, наступні кроки, узагальнення);
- червона шляпа – почуття та інтуїція (висловлювання загальних відчуттів, які не підкорюються фактам).

3) ментальна карта (Brain Mapping) – діаграма, на якій відображаються слова, ідеї, завдання або інші елементи, які розташовані навколо основного слова або ідеї. Цей метод використовується для запам'ятовування та структурування інформації, для планування проекту або презентацій, нотування під час зустрічей, лекцій;

4) SCAMPER – метод полягає у вивченні завдань із різних боків – її різні аспекти, потенціал для розвитку та покращення: substitute (заміщення), combine (комбінування), adapt (адаптація), modify (модифікація), put to other uses (застосувати до іншого), eliminate (усунення, зведення до мінімуму), reverse/rearrange (зміна порядку, застосування чогось протилежного);

5) метод Уолта Діснея – метод розгляду проблеми з погляду мрійника, критика та практика.

Крім того, одним із сучасних способів формування креативного мислення у студентів є періодична організація і проведення підприємницького тимблдингу під час навчального процесу.

Тимблдинг (від англ. слів «team building» – побудова команди) – це заходи, спрямовані на згуртування студентів, формування синергійної команди, яка досягає поставлених цілей.

У результаті використання у навчальному процесі підприємницького тимблдинга можна домогтися:

- почуття єдності, організованості і згуртованості студентів;
- розвитку поняття співпраці і здорової конкуренції;
- виробленню розуміння в робочому процесі;
- прищеплення командного духу;
- створення комфортної атмосфери в під час навчального процесу;
- психологічного розвантаження студентів;
- створення і розвитку мотивації.

Активізація креативного потенціалу студентів і розвиток академічного підприємництва в Україні сприятиме поширенню нових знань, навичок та підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Список використаної літератури:

1. Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року [Електронний ресурс] / Урядовий портал. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250167535>
2. Академічне підприємництво в Україні, 2015. – 32 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fnst.org/sites/default/files/uploads/2016/08/08/aeinukraineukr4web.pdf>
3. Енциклопедія освіти / Академія педагогічних наук України; гол. ред. В.Г. Кремень. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.
4. Жуков С.А. Академічне підприємництво як фактор підвищення ефективності підприємств і формування інноваційного потенціалу економіки України / С.А. Жуков // Reporter of the Priazovskyi State Technical University. Section: Economic sciences. – 2017. – Issue 33. – Pp. 65-74.
5. Guilford J.P. The Nature of Human Intelligence / J.P. Guilford. – New York: McGraw-Hill, 1967. – 538 pp.
6. Ямборак Л. Як навчитися вмикати креативність у сучасному світі? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/article/yak-navchytysya-vmykaty-kreatyvnist-u-suchasnomu-sviti/>
7. Эдвард де Боно Шесть шляп мышления / Э. де Боно. – СПб: Питер Паблишинг, 1997. – 256 с.