

UNDERLINING THE CREATIVE POTENTIAL OF YOUNG HIGHER EDUCATION SPECIALISTS IN THE CONTEXT OF SUSTAINABILITY ASSURANCE

VALORIFICAREA POTENȚIALULUI CREATIV AL TINERILOR SPECIALIȘTI DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL SUPERIOR ÎN CONTEXTUL ASIGURĂRII SUSTENABILITĂȚII

Alina SUSLENCO¹

Abstract

In this paper we analyzed the possibilities of capitalizing on the human potential of higher education institutions in Moldova in the context of implementing innovative changes in the market. Thus, higher education institutions in the country have to demonstrate competence, competitiveness and sustainability, are required to implement new technologies, new teaching methods, to attract new students, to develop the potential of teachers, but also to strive for achieving the highest possible level of performance. The research methodology focused on the use of several research methods such as analysis, synthesis, induction, deduction, qualitative research. In conclusion, we can reiterate that universities are the pillars that can ensure the growth of an economy, are those inducements that form, model and ensure professional skills to future employees. Therefore, it is extremely necessary for teachers to be competent, to be able to provide students with the necessary information through modern teaching methods, to develop those competencies that would help students to enter the field of work more easily and to meet the requirements of employers.

Keywords: *human resources, human capital, human potential, university, sustainability*

1. Introducere

Proprietatea intelectuală, se referă la creațiile minții: invenții (brevete), opere literare și artistice, simboluri, nume, imagini, design, utilizate în activități comerciale. Deținătorul proprietății intelectuale poate controla și trebuie răsplătit pentru uzul acesteia, și acest fapt încurajează inovația și creativitatea spre beneficiul umanității.

Proprietatea intelectuală este împărțită în două categorii principale:

- *Dreptul de autor (Copyright)*, care include lucrări literare și artistice precum romane, poeme, piese de teatru, jocuri, filme, opere muzicale, situri web, picturi, fotografii, sculpturi, design arhitectural, etc. *Drepturile conexe* includ drepturile artiștilor apărute ca urmare a interpretării, drepturile legate de înregistrările efectuate de producătorii de fonograme și drepturile apărute urmare a emisiei programelor de radio și televiziune.
- *Proprietatea industrială*, care include brevete de invenție (patente), mărci și indicații geografice, desene și modele industriale, și topografiile pentru produse semiconductoare [11].

În cadrul Uniunii Europene proprietatea intelectuală include produse, acțiuni sau procese pe care le-ați creat și care vă oferă un avantaj competitiv. Există trei subcategorii:

¹Dr. lect.univ., Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, Republica Moldova, alina.suslenco@mail.ru

- *Proprietatea industrială*: invenții (brevete), mărci înregistrate, desene industriale, noi varietăți de plante și indicații de origine geografică.
- *Opere artistice protejate de drepturile de autor*: lucrări literare și artistice originale, muzică, programe de radio și televiziune, software, baze de date, proiecte arhitecturale, creații publicitare și de multimedia.
- *Strategii comerciale*: secrete comerciale, know-how, acorduri de confidențialitate, producție rapidă.

Potrivit articolului doi al Convenției pentru instituirea Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale (OMPI), semnată la Stockholm la 14 iulie 1967, pot fi menționate următoarele obiecte ale proprietății intelectuale:

1. operele literare, artistice și științifice,
2. interpretările artiștilor interpreților execuțiile artiștilor executanți, fonogramele și emisiunile de radiodifuziune,
3. invențiile în toate domeniile activității umane,
4. descoperirile științifice,
5. desenele și modelele industriale,
6. mărcile de fabrică, de comerț și de serviciu, precum și numele comercial și denumirile comerciale,
7. protecția împotriva concurenței neloiale, precum și altele [11].

În Republica Moldova există legea cu privire la protecția drepturilor de autor și drepturile conexe nr. 139 din 02.07.2010. Actualmente, Republica Moldova, conform legislației în vigoare, acord protecție următoarelor obiecte ale proprietății intelectuale:

- ✓ invențiilor,
- ✓ indicațiilor geografice,
- ✓ denumirilor de origine,
- ✓ specialităților tradiționale garantate,
- ✓ modelelor și desenelor industriale,
- ✓ mărcilor,
- ✓ topografiilor circuitelor integrate,
- ✓ soiurilor de plante.
- ✓ drepturilor de autor și conexe [2].

2. Concepte de bază – definiții și interpretări

Strategia Proprietății Intelectuale pentru unități CDI este o componentă esențială a strategiei generale a afacerii, fiind astfel necesară promovarea creației inovative, protecției și comercializării drepturilor de Proprietate Intelectuală în cazul produselor cu caracter de noutate. Dezideratul pentru Republica Moldova este ca universitățile și unitățile de CDI să se constituie ca generatoare cheie de active de proprietate intelectuală.

Factorii implicați în această activitate sunt:

- cadrele didactice și cercetătorii;
- doctoranzii, studenții din anii terminali, studenții în general;
- sponsorii;
- unitățile de transfer tehnologic (TT);
- oficiile de Proprietate Intelectuală, Birourile teritoriale/zonale;
- Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM) și agenții economici;
- Camerele de Comerț și Industrie [10].

Întrucât uneori, sunt interese contradictorii, nu tocmai convergente, strategia proprietății intelectuale trebuie să armonizeze interesele ale acestor factori cuprinși în universități și institute de cercetare. Strategia Proprietății Intelectuale, bazată pe interesele factorilor prezentați anterior presupune:

- crearea cadrului favorabil diseminării noilor cunoștințe în beneficiul publicului.
- garantarea distribuirii corecte și echitabile a beneficiilor financiare și de altă natură ale comercializării produsului inovativ, cu recunoașterea contribuției inventatorilor, dar și a instituției (universitate, unitate de CDI).
- promovarea, încurajarea și sprijinirea cercetării științifice.
- atragerea studenților către Proprietatea Intelectuală și captarea creativității tinerilor.
- crearea de stimulente pentru cercetători și asigurarea de recompense pentru capitalul intelectual [10].

Mulți oameni de știință asociază drepturile de Proprietate Intelectuală cu științele juridice și dreptul de autor. Ei nu pot vedea relevanța Proprietății Intelectuale pentru activitățile lor de CDI. Mai mult, unii văd această activitate ca încercând să obțină controlul asupra proprietății lor intelectuale. Nu este „bine văzută” amânarea publicării rezultatelor cercetării, pentru a nu afecta brevetabilitatea prin divulgarea invenției. Există o reacție adversă în ce privește nivelul taxelor pentru brevetare, considerându-se că acestea ar fi prea mari [4, p. 125]. De asemenea, uneori, când colectivul de cercetare este numeros, cu participări efective multiple în elaborarea ideilor inovative propuse pentru protecție este dificilă stabilirea calității de titular, de aici decurgând repartizarea beneficiilor ce se obțin ca urmare a transferului tehnologic și nu în ultimul rând apar conflictele de interese.

Ca de obicei, dacă există reacții adverse cunoscute, este simplu să se găsească soluții. Evident că un factor important îl constituie comunicarea: întâlniri și dezbateri cu cadrele didactice din diferite facultăți, studenți, doctoranzi, precum și cu cercetătorii implicați. În acest sens alegerea celei mai potrivite echipe și celui mai adecvat lider pentru redactarea strategiei PI constituie o soluție viabilă. Aceștia trebuie să se bucure de încrederea și sprijinul conducerii (facultăților, universității, conducerii institutului). În afară de membrii respectați ai personalului de conducere echipa trebuie să includă și experți din afara unității.

O atenție deosebită trebuie acordată înțelegerii condițiilor specifice din fiecare unitate și adoptarea unui limbaj accesibil, de cele mai multe ori limbajul juridic îi descurajează ușor pe oamenii de știință.

Pentru atingerea scopului propus, dezvoltarea sectorului de cercetare și inovare se impune crearea următoarelor sisteme operaționale:

1. Un sistem pentru asigurarea culturii proprietății industriale (educație, bune practici, informare operativă);
2. Un sistem de evaluare (proceduri, metode, specialiști);
3. Un sistem de capitalizare (reguli, departament de brevete, departament de PI);
4. Un sistem de evaluare (cesiuni, licențe, know-how) [3, p. 58].

Ca și activități de urmat ar fi:

- sistematizarea informațiilor despre stadiul culturii Proprietății Intelectuale în universitățile din Moldova;
- stabilirea unor practici de succes în domeniu (universități, institute de cercetare, centre de transfer tehnologic etc.);
- studiul nivelului de dezvoltare a culturii Proprietății Intelectuale în diferite universități din Europa;
- stabilirea unor practici europene de succes în domeniu;
- diseminarea informațiilor utile, bunele practici în universități din Moldova, institute de cercetare;
- întocmirea unui material de referință la nivel național privitor la practicile, metodologiile de succes promovate în țară și actualizarea acestuia la intervale de timp, în funcție de noile cerințe, legislație, orientare politică internațională și națională etc.

Prin urmare, cultura Proprietății Intelectuale dezvoltată în universități, se poate exprima și evalua prin identificarea următorilor indicatori:

1. Discipline care abordează tematica Proprietății Intelectuale (implicit și explicit);
2. Numărul de cadre didactice specializate în Proprietatea Intelectuală;

3. Numărul studenților instruiți anual în Proprietatea Intelectuală;
4. Numărul de îndrumare didactice elaborate în domeniu;
5. Numărul de cursuri postuniversitare etc.

Eforturile depuse în ultimii ani în universități privind promovarea tematicilor proprietății intelectuale s-au materializat în introducerea de cursuri de pregătire în acest domeniu la nivelul doctoranzilor (Școala doctorală), eventual în programele de pregătire ale masteranzilor, în majoritatea cazurilor aceste cursuri fiind ținute de către juriști.

Din punctul personal de vedere și îmbrățișat și de alți colegi din țară, aceste cursuri trebuie prevăzute la nivelul de licență și având titulari de disciplină specialiști. Această întreprindere permite dezvoltarea creativității și spiritului antreprenorial, al managementului afacerii prin inovare încă din anii de început (semestrele V, VI, VII).

Cunoașterea, ca proces fundamental al procesului educațional, se bazează pe o structură solidă a cercetării științifice, ce asigură forma capabilă de înnoire și progres. La nivel organizațional, managementul inovațiilor aduce în prim-plan o nouă orientare spre structuri flexibile și spre crearea unei atmosfere destinsă, orientate spre creație, necesare dezvoltării și promovării noilor idei de către cadrele didactice.

Studiile de specialitate indică existența unui management al ideilor drept un nou instrument de conducere. La baza acestuia se află procesul de implementare a unei culturi inovatoare în întreaga organizație. Aceasta este caracterizată de crearea condițiilor favorabile pentru cadrele didactice, de posibilitatea comunicării interpersonale, de toleranța față de greșeli, de delegarea responsabilității, de orientarea spre lucrul în echipă.

Dezvoltarea unei culturi a inovării nu depinde numai de existența unor inovări. Universitățile, pentru a putea să dezvolte programe de inovare, în mediul universitar trebuie să se facă simțită o cerință de inovare, să se formeze o agenție de inovare și transfer inovațional. De asemenea, este necesar ca conducerea universității să devină conștientă de problematica inovării și de faptul că este necesar aportul lor la dezvoltarea unei culturi a inovării care să stimuleze atât cadrele didactice, cât și studenții.

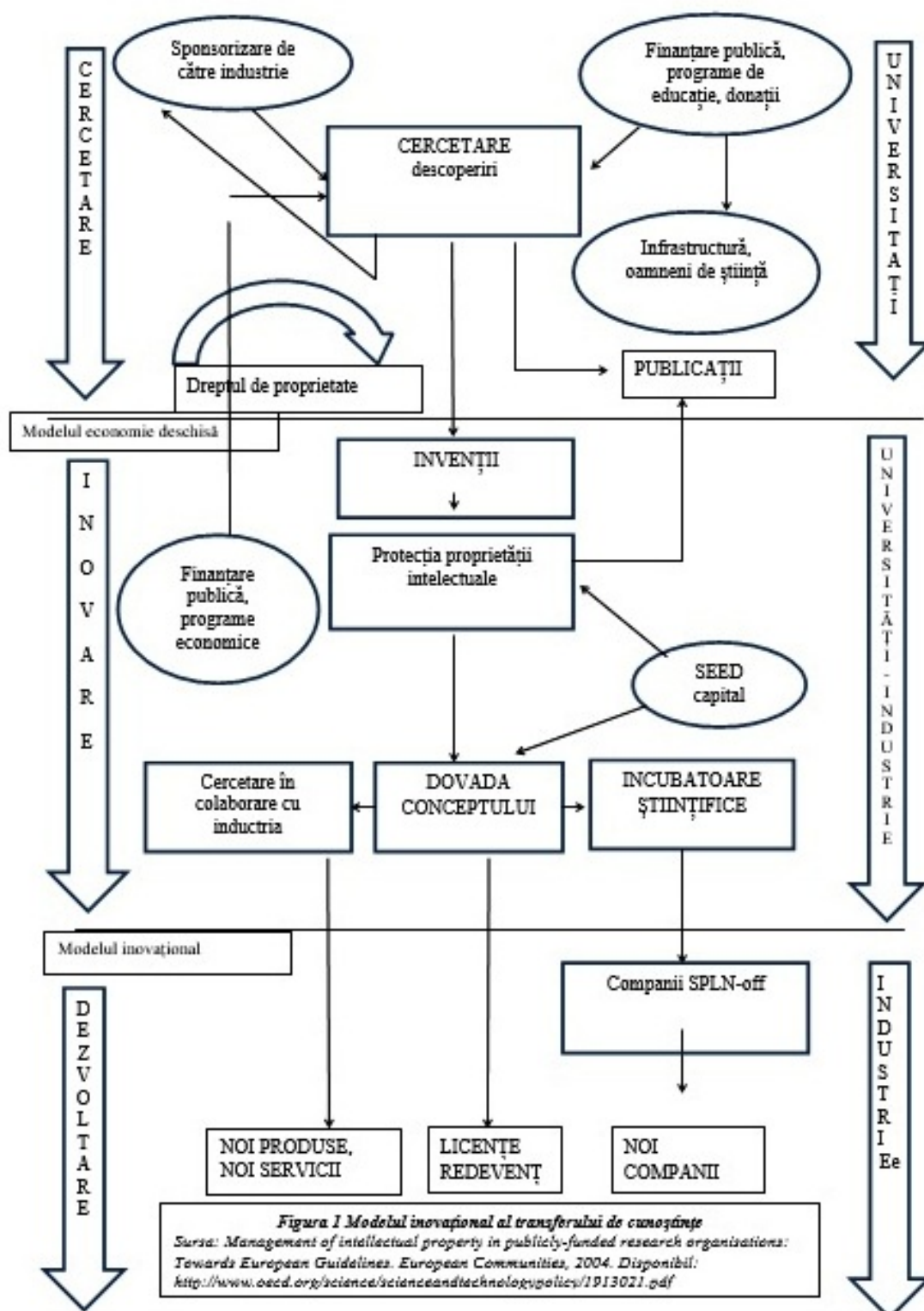
O universitate poate deveni inovatoare prin:

- strategia dezvoltării universității printr-un proces de inovare;
- principii manageriale de organizare a inovării;
- lansarea unui program de inovare;
- cadre didactice pentru procesul inovării;
- principii ale implementării unei strategii de inovare;
- sarcinile implementării unei strategii de inovare;
- asumarea riscului în realizarea unei inovări.

Astfel, observăm că atât universitățile cât și întreprinderile trebuie să implementeze o cultură a inovării, care ar stimula generarea de idei noi, dezvoltarea de modele noi și vor genera spre final un spirit de inovare centrat strategic, care ar îndrepta întreprinderea, universitatea spre dezvoltarea durabilă.

Ultimele decenii ale secolului XX se caracterizează prin dezvoltarea vertiginoasă a tehnologiilor informaționale și evoluția accelerată a omenirii de la o economie tradițională, bazată pe proprietatea privată asupra bunurilor tangibile, spre o nouă realitate, în care predomină proprietatea privată asupra lucrurilor intangibile: la baza noii economii se situează informația și cunoașterea, ca resurse ale dezvoltării [11]. Deși importanța informației este incontestabilă și epoca contemporană este deseori, definită ca Societate Informațională, elementul definitiv al acesteia este cunoașterea, iar generatorul și purtătorul ei este factorul uman, capabil să înțeleagă, să însușească și să transforme informația în cunoaștere: concepte, teorii, creații, soluții tehnice etc. Obiectivele majore ale societății bazate pe cunoaștere sunt producerea cunoașterii, în principal prin cercetarea științifică, transmiterea prin educație și formare profesională, diseminarea prin tehnologiile informaționale și utilizarea prin inovare. Așa dar, un aspect nou al cunoașterii este acela de resursă economică, specificul căreia constă în următoarele:

- valorificarea ei cel mai des se realizează nu prin transferul de proprietate în cadrul pieței (vânzare-cumpărare) așa cum se obișnuia în cazul bunurilor materiale, ci prin garantarea unor drepturi de acces prin contracte specifice precum licențe, cesiuni, închirieri etc.;
- cunoașterea, spre deosebire de resursele materiale, nu este consumptibilă, ci dimpotrivă, cu cât mai mulți o accesează cu atât mai mari sunt efectele favorabile (așa numitul “network effect”);
- producerea de cunoaștere este potențată doar de apărarea strictă a drepturilor de acces la ea, fenomenul invers de “piratare” a acestui acces având un efect negativ și non-stimulativ [11].



În consecință, cunoașterea, în ansamblul său, reprezintă capitalul intelectual și “sistemul metric” de valori al noului mileniu. Folosirea acestui capital este cheia succesului în economia bazată pe cunoaștere. Cunoașterea este în prezent recunoscută ca factor de productivitate și creștere economică, ceea ce pune un nou accent pe rolul informației, tehnologiei și învățării în performanța economică.

Una dintre principalele trăsături ale cunoașterii este importanța crescândă a valorii bunurilor intangibile. Reformele politice menite să faciliteze procesul inovațional, transferul de tehnologie prin brevete, au un impact multilateral asupra instituțiilor de cercetare, centrelor universitare, companiilor, sistemului de cunoștințe științifice și asupra economiei în general.

Numeroase studii dovedesc cu prisosință că există o corelație foarte puternică între eforturile dedicate cercetării și dezvoltării tehnologice inovative și a resurselor umane, pe de o parte și ratele de creștere economică pe termen lung, reducerea șomajului și creșterea productivității, pe de altă parte [5, p. 81]. Elaborarea de noi informații, cunoștințe și invenții reprezintă punctul de pornire al procesului inovațional, a cărui componentă fundamentală este creativitatea, redată în figura 1.

Într-o economie în care cunoașterea începe să fie adevăratul capital și cel mai important motor al dezvoltării, companiile se confruntă cu noi provocări, în ceea ce privește performanța și responsabilitatea. Noua economie înseamnă mai mult decât înalta tehnologie și Internet, ea presupune utilizarea în mod creativ și eficient a inovării. Inovarea este larg recunoscută ca proces esențial pentru succesul întreprinderilor și afacerilor, asigurând creștere, sustenabilitate și competitivitate [9, p. 103].

Cunoștințele de natură economică reprezintă totalitatea dovezilor științifice și de expertiză umană, ce sunt utile în producerea și livrarea bunurilor și în inventarea și designul produselor și procedeele noi. Cunoștințele pot fi sistematizate și codificate sau pot fi tacite (atunci când acestea nu sunt transpuse în limbaj dar rezultă din știința persoanei de a face ceva).

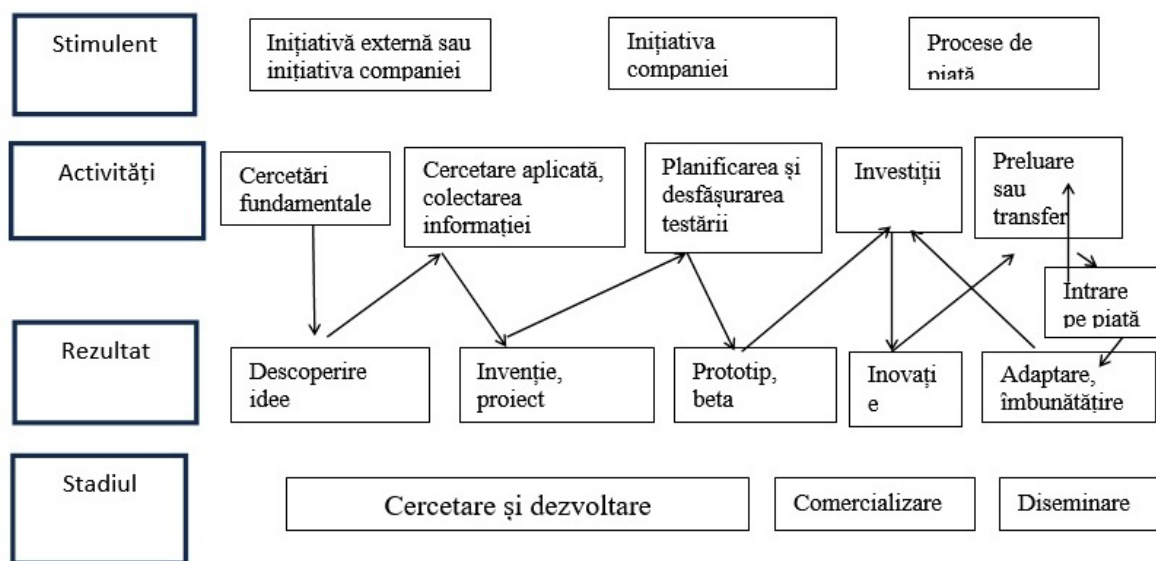
Inovația are loc atunci când un produs sau procedeu ce rezultă din cunoștințe noi sau existente este implementat nemijlocit în activitatea economică. Astfel, inovația este nucleul unui proces complex care este precedat de o invenție și urmat de adopție la scară largă a produsului nou de către consumatori sau adopția procedeeului – cea mai bună practică de către majoritatea companiilor. Prin acest stadiu final și are loc diseminarea cunoștințelor noi. În noile condiții de creștere economică endogenă, dezvoltarea cunoștințelor și schimbările tehnologice conduc la o creștere durabilă mai degrabă, decât acumularea simplă de capital, iar transformarea potențialului științific și tehnologic în inovații profitabile are o importanță strategică.

Autoritățile pot influența bazele creșterii economice prin participarea la dezvoltarea cunoștințelor, unul dintre principalele motoare ale inovării. Guvernele pot influența, de asemenea, „distribuția” de cunoștințe și competențe în economie și în societate, în general. De exemplu, prin facilitarea mobilității persoanelor și interacțiunile dintre companii și surse externe de expertiză, inclusiv universități, dar și prin dezvoltarea unui mediu concurențial sănătos și prin lupta împotriva corporatismului.

Un alt termen utilizat frecvent în conexiune cu inovația și cunoștințele este *tehnologia*. Prin tehnologie se înțelege setul curent de tehnici de producție utilizate pentru a elabora, fabrica, împacheta și oferi bunuri și servicii în economie [11]. Deci, tehnologia este aplicarea unei părți selectate de cunoștințe în activități de producere. În cadrul unei companii, tehnologia în combinație cu alți factori, determină capacitatea sa de producție.

Procesul de inovație poate fi redat prin intermediul unei diagrame, redată în figura 2.

Figura 2. Diagrama procesului de inovație



Sursa: Studiu inovare, AGEPI, 2015, disponibil:
http://agepi.gov.md/sites/default/files/2015/11/Studiu_inovare.pdf

Din această diagramă, putem observa că o multitudine de factori influențează procesul inovării. Astfel, în final, consumatorul este actorul principal, care apreciază succesul sau insuccesul inovației. Activitatea inovațională este foarte complexă și include un șir de alte activități de tip științific, tehnic, tehnologic, organizatoric, financiar, comercial etc. Ea vizează atât utilizarea și comercializarea rezultatelor cercetărilor științifice, cât și diversificarea, eficientizarea și îmbunătățirea calității producției de bunuri și servicii, perfecționarea tehnologiei de producere, urmată de implementarea ei eficientă pe piețele interne și din străinătate [6, p. 63].

Problematica în cauză a fost abordată în cadrul diferitor seminare, simpozioane, mai multe studii au fost efectuate atât la nivel național, în diferite țări, cât și la nivel internațional, în scopul evidențierii problemelor ce persistă în domeniul inovării [43]. Toate conțin o analiză, mai mult sau mai puțin completă, a sistemelor de inovare, sau a unor aspecte ce țin de activitatea inovațională și scot în evidență atât deficiențele cât și căile de încurajare a procesului inovațional.

Pentru Republica Moldova, în acest sens, prezintă interes experiența țărilor care se află aproximativ în aceeași situație social-economică și culturală. Astfel, un studiu consacrat expertizei barierelor în calea comercializării rezultatelor cercetării în Ucraina [44] a condus la următoarele concluzii preliminare: principala cauză a apariției acestor bariere este lipsa unei abordări sistematice a activității de inovare în general și a managementului acesteia la toate etapele ciclului de viață al produselor inovative - de la nașterea ideii inovatoare până la obținerea profitului din inovare, în particular.

Au fost identificate cel puțin 50 de bariere în calea transformării rezultatelor cercetării în produse inovative și a fost efectuată estimarea acestora pe o scală de cinci puncte. Barierele au fost sistematizate în 5 grupuri mari, având aproximativ aceeași incidență asupra activității inovative:

- lipsa de competență a subiecților activității de inovare ($3,68 \pm 0,84$);
- finanțarea insuficientă a inovării ($3,67 \pm 0,71$);
- neajunsuri ale cadrului legal de inovare ($3,52 \pm 0,87$);
- lipsa infrastructurii efective de inovare ($3,39 \pm 1,00$);
- managementul inovativ ineficient ($3,31 \pm 1,01$).

Grupul cel mai important al barierelor se referă la lipsa de competențe ale subiecților de inovare în ceea ce privește comercializarea rezultatelor cercetării. În opinia autorilor, anume de aici ar trebui să înceapă lucrul de distrugere și îndepărtare ulterioară a barierelor existente [11].

Sub aspectul contribuției companiei la dezvoltarea unei inovații convențional se pot identifica câteva categorii de companii în calitate de furnizori ai inovațiilor:

- furnizor dominat – companie ce contribuie minim prin cercetare proprie, preferând importul de elemente tehnologice noi;
- furnizor intensiv – companie ce contribuie destul de mult la inovații prin cercetări proprii;
- furnizor specializat – companie ce se concentrează pe generarea produselor inovaționale noi complementare (ce contribuie la procesul de producție a produsului de bază) pentru a fi utilizate în alte sectoare;
- furnizori științifici – companii ce dezvoltă produse inovaționale noi în parteneriat cu instituții din sfera științei și inovării;
- furnizori de informații și capital – companiile din domeniul financiar, vânzări cu amănuntul și de editare/publicare;
- furnizori de software – companii ce dezvoltă produse informaționale inovaționale utilizate în procesul de producere și/sau prestare de servicii [11].

Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale (OMPI) anunță, de obicei, despre publicarea Raportului „Indicele Global al Inovației” (IGI). Raportul a fost lansat de OMPI în comun cu INSEAD, renumită Școala Internațională de Afaceri (The Business School for The World) și Universitatea americană Cornell. Indicele a evoluat într-un instrument valoros menit să faciliteze dialogul public-privat. Indicele Global al Inovației 2018 a studiat 143 de economii din întreaga lume, folosind 81 de indicatori printre care: capitalul uman și de cercetare, infrastructura, creditele, investițiile, interconexiunile, inovarea și rezultatele activității creative etc. Potrivit Indicelui Global al Inovației 2019, Elveția rămâne lider, urmată de Suedia, Olanda, Marea Britanie, Singapore, SUA, Finlanda. Republica Moldova, în anul 2019, potrivit Raportului Global pentru Inovare s-a plasat pe locul 48 din 143 de țări în clasamentul Indicelui Global al Inovației. Țara noastră a acumulat 37,60 de puncte din 100 posibile. Datele privind poziția Moldovei dar și a României și Ucrainei la capitolul inovării sunt prezentate în tabelul 1.

Tabelul 1. Datele privind poziția Moldovei, României și Ucrainei potrivit Raportului Global de Inovare, 2019.

Țara	2007	2008-2009	2009-2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
România											
<i>Poziția:</i>	62	69	52	50	52	48	55	54	48	42	49
<i>Scorul:</i>	2,44	2,92	3,22	36,83	37,8	40,33	38,08	38,20	37,90	39,16	37,60
Republica Moldova											
<i>Poziția:</i>	82	116	n/a	39	50	45	43	44	46	54	48
<i>Scorul:</i>	2,11	2,21	n/a	38,7	39,2	40,94	40,74	40,50	38,39	36,84	37,60
Ucraina											
<i>Poziția:</i>	75	79	61	60	63	71	63	64	56	50	43
<i>Scorul:</i>	2,24	2,77	3,06	35,01	36,1	35,78	36,26	36,50	35,72	37,62	38,50

Sursa: elaborat în baza Raportului Global de Inovare, 2019

Potrivit datelor tabelului, în perioada analizată, în România, se observă un trend oscilant în perioada 2007-2018, deoarece România, în anul 2007 a ocupat poziția 62, ca ulterior, în anul 2013, să scadă la poziția 48; ca urmare, în anul 2018 a ajuns la poziția 49. Aceste schimbări și oscilații se manifestă ca încercări de a crește, de a introduce noi inovări și noi elemente care ar putea schimba poziția care se observă pe parcursul întregii perioade.

Dacă analizăm poziția Republicii Moldova, atunci putem observa că țara noastră, în perioada 2007-2018, a urmat și ea un trend oscilant, astfel, dacă în anul 2007, Moldova s-a plasat pe poziția 82 din 143 de state analizate adunți în anul 2014 ea a ajuns la poziția 43, cea mai bună

poziția ocupată de țara noastră pe parcursul întregii perioade analizate, ca în anul 2018 să ocupe poziția 48 cu același scor pe care îl are România 37,60 de puncte din 100 posibile.

Analizând poziția Ucrainei în perioada 2007-2018, observăm că și Ucraina a urmat un trend oscilant, de la poziția 75 ocupată de Ucraina în anul 2007 la poziția 79 în anul 2008-2009 și în anul 2018 a ajuns la poziția 43.

În vederea îmbunătățirii pozițiilor ocupate atât de Republica Moldova cât și de țările vecine România și Ucraina, ar fi benefic de a efectua mai multe schimbări.

În primul rând, ar fi benefic de a schimba învățământul superior. Este o necesitate stringentă de a adapta cerințele din cadrul învățământului superior la cerințele pieței, la cerințele angajatorilor. Astfel, universitățile sunt obligate să formeze competențe care ar putea ajuta absolvenții de a se angaja mai ușor în câmpul muncii, de a face față necesităților, așteptărilor angajatorilor. Aceasta poate fi realizată, doar dacă în cadrul universităților se vor întreprinde următoarele schimbări:

- creșterea nivelului de pregătire al cadrelor didactice;
- implementarea metodelor noi de predare;
- dotarea laboratoarelor cu tehnica necesară;
- efectuarea regulată a schimburilor de experiență cu colegi de peste hotare;
- implementarea unei culturi inovaționale în cadrul universităților.

În al doilea rând, este necesar de a încheia acorduri de colaborare dintre universități și mediul de afaceri, în vederea uniformizării competențelor formate la tinerii absolvenți. Aceasta va ajuta la creșterea legăturii dintre mediul de afaceri și instituții de învățământ.

În al treilea rând, este necesar ca la nivel de stat, să fie stimulate investițiile în inovare, în creșterea interesului spre implementarea de inovații atât în mediul de afaceri cât și în universități. Alocarea de resurse pentru inovare, organizarea ce concursuri pentru proiecte, alocarea de fonduri internaționale pentru inovare, sunt doar câteva dintre măsurile necesare ca acest domeniu să se dezvolte, ca țara noastră să crească și ca poziția ocupată de noi să fie una bună și în creștere în următorii ani.

3. Concluzii

În scopul dezvoltării culturii intelectuale în cadrul universităților trebuie înființat Departamentul Proprietății Intelectuale. Obiectivele Departamentului Proprietății Intelectuale sunt:

1. Dezvoltarea, la nivelul Universității, a Culturii Organizaționale privind Proprietatea Intelectuală.

2. Atragerea către Universitate a obiectelor de proprietate intelectuală (drept de autor, invenții, mărci și indicații geografice, desene și modele) și întocmirea documentelor legale de constituire a dreptului de proprietate asupra acestora.

3. Sprijinirea structurilor de cercetare științifică prin accesul la informații din baze de date proprii, naționale și internaționale (invenții, mărci, desene și modele).

4. Stimularea și sprijinirea activității de cercetare științifică prin identificarea, protejarea și valorificarea rezultatelor cercetării științifice ca obiecte de proprietate intelectuală [Strategia proprietății intelectuale a RM].

Implementarea unei strategii de inovare în cadrul universităților a devenit în societatea cunoașterii un imperativ pentru universitățile competitive, sustenabile. Pentru ca o strategie de inovare să fie implementată cu succes, este necesar ca echipa managerială a universității să îndeplinească următoarele sarcini:

- să se asigure că cadrele didactice au înțeles strategia de inovare;
- să intensifice implicarea cadrelor didactice în realizarea obiectivelor procesului de inovare;
- să îmbunătățească baza logistică.

Principalele principii ale implementării unei strategii de inovare sunt:

- a. Implementarea cu succes a unei strategii începe cu implicarea discretă a echipei manageriale în coordonarea schimbării.
- b. Cadrele didactice pot accepta și sprijini numai ceea ce înțeleg.
- c. Cadrele didactice își asumă sarcini suplimentare numai dacă devin pasionate de ceea ce fac.
- d. Implementarea strategiei de inovare impune modificarea modului de activitate.
- e. Fără o evaluare a schimburilor efectuate, implementarea noii strategii nu este efectivă.

Bibliografie

1. Codul Republicii Moldova cu privire la știință și inovare, nr. 259 din 30.07.2004. In: Monitorul Oficial nr. 125-129 din 30.07.2004.
2. Legea Nr. 114 din 03.07.2014 cu privire la Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală. In: Monitorul Oficial Nr. 282-289 din 26.09.2014.
3. Pânea, C.A.; Filipoiu, I.D.; Hadăr, A. *Bazele managementului inovării și transferului tehnologic*. București, 2012.
4. Răbonțu, C.I. *Creativitatea și inovarea – posibilități de contracarare a crizei economice*. Analele Universității „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu, Seria Economie, Nr.3/2010.
5. Realo, A., Allik, J., Vadi, M. The Hierarchical Structure of Collectivism. *Journal of Research in Personality* 31: 93–116, 1997.
6. Roe, A. *Psychological Approaches to Creativity in Science, Essays on Creativity in the Sciences*, Ed. M.A. Coler & H.K. Hughes, New York, 1963.
7. Rothwel, R. Towards the Fifth-Generation Innovation Process // *International Marketing Review*, 1994, vol.11, no.1, p.7-31.
8. Shane, S. Cultural Influences on National Rates of Innovation. *Journal of Business Venturing* 8: 59–73, 1993.
9. Sârbu, I.; Deliu, A. *Managementul inovațional și perfecționarea lui în relațiile economiei de piață [online]*.
<http://utm.md/meridian/2009/MI_3_2009/8_Deliu_A_Managementul.pdf> (accesat 15.05.2020)
10. *Strategia Cercetare – Inovare până în 2020 [online]*.
Disponibil: <lex.justice.md/UserFiles/.../anexa%201_920.doc> (accesat 15.02.2020)
11. Studiu inovare, AGEPI, 2015 [online].
<http://agepi.gov.md/sites/default/files/2015/11/Studiu_inovare.pdf> (accesat 21.12.2016)
12. Studiu privind îmbunătățirea cadrului legislativ-normativ național din doemniul proprietății intelectuale în vederea încurajării activității inovaționale [online].
<http://www.agepi.md/sites/default/files/2015/11/Studiu_inovare.pdf> (accesat 04.05.2020)
13. *Tapping into the Silicon Valley innovation ecosystem [online]*.
<https://dupress.deloitte.com/dup-us-en/topics/innovation/tapping-into-silicon-valley-culture-of-innovation.html> (accesat 21.08.2020)
14. The Global Innovation Index, 2017 [online]. Disponibil:
<<https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/.../gii-2017-v5.pdf>> (accesat 12.06.2020)
15. The Global Innovation Index, 2018 [online].
<https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/.../GII-2018-v5.pdf> (accesat 12.06.2020)
16. The Global Innovation Index, 2019 [online].
<www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf> (accesat 12.06.2020).