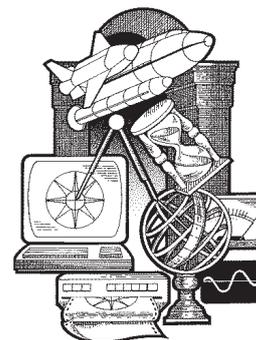


# СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ



**А. В. РЫЖАКОВА, С. В. МАНАХОВ**

## УЧАСТИЕ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ РОССИИ В ПОСТРОЕНИИ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ\*

В статье сделан краткий обзор положения России в международных рейтингах по индексам экономики знаний (*knowledge index*) и эффективности процессов внедрения инноваций (*knowledge economy index*). Сформулированы предложения по активизации участия вузовского сектора в процессах построения экономики знаний в России.

**Ключевые слова:** экономика знаний, кадровый потенциал, партнерство, вузовская интеграция.

УДК 378.4(470 + 571)

Согласно данным Всемирного банка за 2012 г. по значению индекса знаний (*knowledge index*), показывающего способность страны создавать, использовать и распространять знания, Россия находится на 55-м месте из 146, при значении индекса 6,96 из 10 возможных. Лидирующее положение в этом рейтинге занимают страны Северной Европы. Швеция, Финляндия и Дания имеют значение индекса 9,43; 9,33 и 9,16 соответственно, США занимают лишь 12-ю строчку при индексе, равном 8,77 [1]. По значению индекса экономики знаний (*knowledge economy index*), показывающего, насколько макроэкономическая среда страны способствует эффективному использованию знаний для экономического развития, Россия стоит на 43-м месте в том же списке из 146 стран (индекс = 5,78 из 10) [1]. В данном рейтинге фавориты те же — Швеция, Нидерланды, Финляндия, Дания (9,38; 9,22; 9,22; 9,0) [1]. Значения представленных показателей в России свидетельствуют о том, что

Алла Владимировна РЫЖАКОВА (ARyzhakova@list.ru), доктор технических наук, профессор Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова (г. Москва, Россия);

Сергей Владимирович МАНАХОВ, кандидат экономических наук, директор Научно-исследовательского института развития образования (г. Москва, Россия).

\*Статья подготовлена в рамках выполнения государственного задания Министерства образования и науки Российской Федерации на тему «Конкурентоспособность российских университетов в условиях глобализации образовательного пространства».

экономические стимулы и институциональный режим ослабляют потенциал использования знаний.

Кроме того, как нам представляется, одной из ключевых проблем в области создания и распространения знаний является дефицит специалистов, обладающих требуемыми профессиональными и личностными данными, необходимым уровнем навыков и компетенций. В современных условиях, когда российская экономика вынуждена развиваться под влиянием санкций, задачи модернизации промышленности, импортозамещения и развития собственных наукоемких технологий приобретают особую актуальность. Их решение невозможно без существенной деформации структуры занятости в российской экономике и соответственно изменения подхода к подготовке конкурентоспособных специалистов для приоритетных производств и высокотехнологичных предприятий.

Для достижения реальным сектором экономики объема производства высокотехнологичной продукции, соответствующего хотя бы уровню двадцатилетней давности (необходим рост показателя в 3–5 раз), потребуются дополнительно десятки тысяч специалистов высшего уровня квалификации. Согласно данным выборочного исследования деятельности развивающихся российских компаний, осуществленного Центром социальных и психологических исследований Высшей школы международного бизнеса, 62,1 % из них имеют трудности в привлечении и удержании талантливых кадров, необходимых для организации инновационной деятельности [2, 13].

Можно сделать вывод, что, несмотря на острый характер обозначенной выше проблемы, в стране слабо развита система подготовки специалистов в области менеджмента инноваций, соответствующая учебно-методическая и материально-техническая база недостаточно сформирована. Сегодня Россия остро нуждается в национальной стратегии подготовки квалифицированных кадров, способных вывести развитие ключевых отраслей экономики на новый уровень, стратегии, не только охватывающей вопросы подготовки и переподготовки широкого круга специалистов в соответствии с новыми реалиями и запросами инновационной экономики, но и предусматривающей подготовку высококвалифицированных научных и педагогических кадров, конкурентоспособных на мировом уровне.

Представляется, что задачи формирования инновационного кадрового потенциала в условиях недостаточности финансовых ресурсов у большинства предприятий для создания собственной системы инновационного развития и подготовки персонала должны решаться прежде всего за счет использования потенциала высшей школы и учреждений дополнительного профессионального образования.

При этом необходимо учитывать специфику вузов, когда речь идет о создании и развитии механизмов корпоративно-образовательной интеграции высшей школы с высокотехнологичными организациями. Практика развития взаимоотношений университетов с представителями бизнес-среды показывает, что даже вуз университетского типа, как правило, не может обеспечить формирование у выпускников всего комплекса профессиональных компетенций, востребованных в условиях быстроразвивающейся экономики.

Для решения указанной проблемы необходимо развитие процессов взаимодействия высших учебных заведений с организациями бизнес-среды, стимулирование на государственном уровне социального партнерства вузов с основными внешними контрагентами. Развитию процессов взаимодействия образовательных структур с предприятиями-партнерами должна сопутствовать межвузовская интеграция. В последнее время указанные процессы становятся все более характерными для российского образовательного сектора.

С каждым годом растет число вузов, выбирающих путь интеграции, объединения своих материально-технических, интеллектуальных, информационных ресурсов, что, как правило, положительно сказывается на их конкурентоспособности.

Ключевыми задачами подобной интеграции являются совместное внедрение новых образовательных технологий, разработка корпоративных образовательных программ для высокотехнологических компаний, позволяющих обеспечить рост качества подготовки специалистов, повысить востребованность выпускников инновационной экономикой. Кроме того, совместная разработка и внедрение в учебный процесс современных образовательных технологий снижает уровень финансовой нагрузки на каждый вуз. Одновременно это способствует росту качества и доступности образования, созданию унифицированной межвузовской информационно-образовательной среды.

Сетевое взаимодействие с бизнес-структурами, научными организациями и другими образовательными учреждениями различного уровня подготовки, безусловно, будет способствовать превращению вуза в полноценного субъекта реального сектора экономики, отвечающего современным запросам общества и работодателей.

Наиболее целесообразной представляется интеграция по горизонтальной сетевой схеме. Данная форма организации сетевого взаимодействия предполагает интеграцию интересов бизнеса и образовательных учреждений. Участники такого взаимодействия за счет перетока информации, использования знаний и опыта партнеров приобретают возможность интегрироваться с более эффективными субъектами сети, в том числе и за счет вхождения в их состав.

Необходимо отметить, что в последние годы активность интеграции вузов с предприятиями и иными организациями внешней среды в России значительно возросла, процессы слияния внутри вузовского сектора приобрели массовый характер. Кроме того, многие ведущие российские вузы разработали и приступили к реализации специализированных стратегических программ в области развития партнерства с передовыми отечественными предприятиями. В рамках данных программ происходит закрепление партнерских отношений на договорной основе. Наличие договора о сотрудничестве ориентирует партнеров на активное взаимодействие в области подготовки квалифицированных кадров в соответствии с имеющимися запросами и требованиями, на совместное осуществление поисковых и прикладных исследований и других форм взаимовыгодной деятельности.

Таким образом, необходимость модернизации производств, решения задачи импортозамещения, развития инновационного сектора российской экономики, движения в направлении экономики знаний требует модернизации вузовского сектора страны, в том числе с учетом обозначенных выше приоритетов.

## Литература

1. Официальный сайт Всемирного банка (The World Bank) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/WBI/WBIPROGRAMS/KFDLP/EXTUNIKAM/0,,menuPK:1414738~pagePK:64168427~piPK:64168435~theSitePK:1414721,00.html>. — Дата доступа: 03.05.2015.

2. Гришин, В. И. Проблемы кадрового обеспечения развития национальной инновационной системы // В. И. Гришин // Наука и практика. — 2012. — № 1(7). — С. 10—17.

Grishin, V. I. Problemyi kadrovogo obespecheniya razvitiya natsionalnoy innovatsionnoy sistemyi [The problems of personnel maintenance of the national innovation system development] // V. I. Grishin // Nauka i praktika. — 2012. — N 1(7). — P. 10—17.

---

---

**ALA RIZAKOVA, SERGEY MANAHOV**

---

***PARTICIPATION OF RUSSIA'S HIGHER  
EDUCATION INSTITUTIONS IN  
CREATION OF KNOWLEDGE ECONOMY***

---

**Author affiliation.** *Ala RIZAKOVA (ARyzhakova@list.ru), Russian economic University named after G. V. Plekhanov (Moscow, Russia); Sergey MANAHOV, Research Institute for education development (Moscow, Russia).*

**Abstract.** A brief review is given of Russia's ranking in the international Knowledge Index and in terms of the efficiency of innovation implementation (the Knowledge Economy Index). Suggestions are formulated for invigorating participation of the higher education sector in the processes of knowledge economy creation in Russia.

**Keywords:** knowledge economy, higher education institutions, personnel potential, partnership, high school integration.

UDC 378.4(470 + 571)

---

---

*Статья поступила  
в редакцию 06.05. 2015 г.*

**В. Ю. БЫЛИНА**

---

***УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-  
МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ***

---

---

В статье представлена структура отдела интернет-маркетинга с выделением функций каждого сотрудника. Рассмотрены направления взаимодействия отдела интернет-маркетинга с другими подразделениями предприятия.

**Ключевые слова:** интернет-маркетинг, управление интернет-маркетингом, отдел интернет-маркетинга.

УДК 339.138:004.7

---

---

Интернет с каждым годом становится все более привлекательной площадкой для рекламы и продвижения компаний и брендов. По данным Национального статистического комитета в Республике Беларусь почти 5 млн жителей в возрасте от 15 до 74 лет пользуются Интернетом [1]. Вместе с ростом чис-

---

*Виталий Юрьевич БЫЛИНА (vitalybylina@gmail.com), аспирант кафедры маркетинга Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).*