

6. Корпоративная интеграция в мировой экономике : учебно-методическое пособие для магистрантов / Ю.А. Шаврук, С.В. Павловская, Г.В. Турбан. – Минск : Амалфея, 2017. – 104 с.

7. Инновационные интегрированные структуры образования, науки и бизнеса: Монография / А.В. Рождественский и др.; Под ред. А.В. Рождественского. – М.: Альфа-М, 2014. – 160 с

8. Харин А. А. Формирование инновационных интегрированных структур образования, науки и бизнеса: монография / А. А. Харин. – Пенза : Изд-во Пенз. фил. ФГБОУ ВПО «РГУИТП», 2011. – 192 с.

9. Семенова, Т. А. Интегрированные структуры в инновационной сфере/ Т.А. Семенова, К.В. Ширяева // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2014. – № 10 – С. 47-48.

10. Васютин, Ф. С. Развитие методов формирования инновационных интегрированных структур в промышленности / Ф.С. Васютин, С.А. Измалкова // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2015. – № 4-1. С. 159-168.

11. Енин, Ю.И. Оптимизация деятельности стратегических экономических альянсов / Ю. И. Енин, В. А. Журавлев, В. А. Васичева // Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2020. – № 1 (137). – С. 31-37.

12. Калинин, А. Ю. Политика в области интеллектуальной собственности: опыт университетов Ирландии / А.Ю. Калинин, Ю.В. Нечепуренко // Актуальные проблемы науки XXI века. – 2019. – №8. – С. 37-42.

*Е. А. Куеня, канд. экон. наук, доцент*

<http://edoc.bseu.by/>

*К.С. Окрут, аспирант*

*БГУ*

*Минск (Беларусь)*

## **КОНЦЕПЦИЯ «УНИВЕРСИТЕТ 3.0»**

По мере того как экономика развивалась от физического капитала к знаниям, а затем к предпринимательству, роль университета со временем также менялась. Однако силы, определяющие экономический рост и производительность, также повлияли на роль университета в современном обществе. В то время как предпринимательский университет стал ответом на процесс создания технологий и основанных на знаниях стартапов, роль университета в предпринимательском обществе расширилась, чтобы сосредоточиться на увеличении предпринимательского капитала и содействии поведению для процветания в предпринимательском обществе. Академическое участие в передаче технологии, создании фирмы и региональном развитии означает переход от исследования к предпринимательскому университету как академическому идеалу «третьей миссии». В статье раскрываются основные теоретические аспекты и опыт внедрения модели «Университет 3.0» как соединение учебной, научной и предпринимательской деятельности в Белорусском государственном экономическом университете.

Ключевые слова: экономика, Университет 3.0, система образования, коммерциализация знаний, технологии, инновации.

Уменьшение разрыва между исследованием и использованием, а также растущее признание двойственных теоретических и практических стимулов к научным исследо-

ваниям ясно показали, что прогресс и капитализация знаний неразрывно связаны между собой. Поскольку наука и техника играют более широкую роль в экономическом развитии, они вытеснили традиционную ориентацию на землю, труд и капитал как основу экономики. Поощряемые правительственной политикой и программами, университетские возможности передачи технологий уже стали частью региональных стратегий экономического развития в США. Академическая наука становится все более предприимчивой не только благодаря связям с коммерческими фирмами для поддержки научных исследований или передачи технологий, но и благодаря своей внутренней динамике [1].

В настоящее время все большее число университетов пытаются стать исследовательскими университетами, что делает создание исследовательских фондов конкурентоспособным предприятием. В конце XIX века университеты США взяли на себя новую миссию исследований. Однако исследования должны были проводиться в дополнение к работе профессора в качестве преподавателя, с небольшим дополнительным финансированием. Постепенно старые колледжи были преобразованы, и появились новые университеты с миссией исследования в сочетании с преподаванием. Так случилась первая академическая революция, которая предполагает наращивание исследовательского потенциала, включая нормативные изменения среди профессорско-преподавательского состава при переходе к двойной роли преподавателя и исследователя [2].

Вторая революция связана с созданием и интеграцией возможностей передачи технологий в академическую миссию. Этот процесс рассматривается как часть так называемой «третьей миссии».

Некоторые виды научных и технических знаний, производимых в университете (например, молекулярная биология, искусственный интеллект и физика полупроводников), были переопределены как интеллектуальная собственность с коммерческой ценностью. Капитализация этих знаний для создания новых фирм и направления потока исследовательских средств от существующих фирм в университет меняет цель университета, превращая его в двигатель экономического развития, а также в средство социализации, культурной памяти и исследований.

Академическое предпринимательство предполагает сдвиг в подходе к научным исследованиям – от единственного фокуса на продвижении знаний к двойному фокусу на продвижении и коммерциализации научных исследований. Благодаря внедрению механизма поощрения сотрудничества между академическими дисциплинами и между институциональными сферами может быть создана новая волна фундаментальных исследовательских проектов. Таким образом, нет неизбежного противоречия между продвижением и коммерциализацией знаний, что полностью соответствует развивающейся в Республике Беларусь концепции «Университет 3.0».

Концепция «Университет 3.0» была сформирована Б.Р. Кларком, в целях создания предпринимательского университета, который был бы способен постоянно обзаводиться дополнительными финансовыми ресурсами для поддержания своей деятельности, также используя наравне со стандартным академическим учением и инновационные методы обучения, которые позволили бы наладить тесные взаимоотношения с бизнес-средой, где будет происходить внедрение разработок исследователей высшей школы [3, с. 24-32].

В Республике Беларусь концепция «Университет 3.0» и ее предпринимательская миссия были утверждены Приказом Министерства образования Республики Беларусь № 757 «О совершенствовании деятельности учреждений высшего образования

на основе модели «Университет 3.0» [4]. Существование и развитие инновационной инфраструктуры является основой для реализации так называемой «третьей миссии» белорусского университета. Согласно приказа, университеты должны обеспечить возможность получением учреждениями высшего образования экономического и социального эффектов от использования полученных знаний как от результатов, или продуктов, или факторов его деятельности.

На сегодняшний день опыт некоторых ведущих высших учебных заведений Беларуси свидетельствует о том, что построение новой модели образовательного и инновационного пространства уже началось. Для Белорусского государственного экономического университета модель «Университет 3.0» как соединение учебной, научной и предпринимательской деятельности это уже реальность. В этой триаде основной упор сейчас делается на коммерциализацию научных разработок.

Обучение специалистов проводится на всех стадиях, начиная от довузовской подготовки. На уровне среднего специального образования сейчас обучается 1,3 тыс. студентов, на первой ступени высшего образования по 26 специальностям обучение проходят примерно 15 тыс. студентов, на второй ступени подготовку по 12 специальностям получают 930 студентов. Есть послевузовское образование – аспирантура и докторантура. В аспирантуре подготовку по 16 специальностям проходят 250 человек, в докторантуре – 25 человек по 6 специальностям. Работают 4 совета по защите докторской и 2 – по защите кандидатских по всем экономическим наукам. Кроме того, организовано дополнительное образование взрослых – это последняя ступень образования. Повышение квалификации проходят примерно 1,6 тыс. человек по различным направлениям деятельности. Организована переподготовка по 12 специальностям, обучение проходят около 800 человек [5].

БГЭУ активно осваивает новые прогрессивные методики образования. Одной из инновационных форм является дистанционное образование, основанное на широком использовании телекоммуникационных и интернет-технологий. С 2017 года на факультете Высшая школа управления и бизнеса (ВШУБ) БГЭУ впервые в Беларуси начата подготовка студентов по специальности «Правоведение», специализация «Хозяйственное право», по дистанционной форме получения образования (ДФПО). В этом учебном году запланирован набор на подготовку в формате ДФПО по специальности «Экономика и управление на предприятии», специализация «Экономика и управление на предприятии промышленности». Доступность разнообразных видео и текстовых образовательных ресурсов из любой точки страны, возможность оперативно, в удобное студенту время, обсудить с преподавателем возникающие в ходе обучения вопросы и контрольные задания – это лишь некоторые из преимуществ, которые отмечают обучающиеся в дистанционном режиме.

Что касается научной составляющей, то до недавнего времени в БГЭУ основной упор был сделан на повышение качества учебного процесса и подготовку методического обеспечения. Но в последнее время уклон сделан на научно-прикладные исследования. На начало учебного года в БГЭУ работают 83 доктора наук, 481 кандидат наук [5].

Третья составляющая – это предпринимательская деятельность. В вузе функционирует научная лаборатория по проблемам налогообложения, созданная совместно с Министерством по налогам и сборам, лаборатория совместно с Министерством антимонопольного регулирования и торговли, центр научных исследований, бизнес-инкубатор, центры макроэкономических исследований и изучения рынка. В последнее время все больше уделяется внимания их результативности и практической направленности [5].

Созданные инновационные структуры совместно с высшей школой интегрируют свои инновационные и технологические возможности с содержанием образовательного процесса, формируя единую систему «образование – наука – инновации и технологии – коммерциализация».

### **Список использованных источников**

1. Bercovitz, J., & Feldman, M. Academic entrepreneurs: Organizational change at the individual level // *Organization Science*. – № 19(1) – 2008. – P. 69–89.
2. Кларк, Б. Р. Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации [Текст] / пер. с англ. А. Смирнова; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики. – 2011. – С. 240.
3. Кларк Б. Р. Поддержание изменений в университетах. Преемственность кейс-стади и концепций [Текст] / пер. с англ. Е. Степкиной; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 312 с.
4. Приказ Министра образования Республики Беларусь от 01.12.2017 № 757 «О совершенствовании деятельности учреждений высшего образования на основе модели «Университет 3.0» // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.– Дата доступа: 10.01.2020.
5. Сайт БГЭУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bseu.by>. – Дата доступа: 10.01.2020.

<http://edoc.bseu.by/>

*Я.В. Клинецвич, аспирант  
УО «Белорусский государственный экономический университет»  
Минск (Беларусь)*

## **МЕХАНИЗМ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА**

CRM-система (Customer Relationship Management) в дословном переводе – управление взаимоотношениями с клиентами. Одни под данным понятием подразумевают специализированное программное обеспечение для автоматизации деятельности, другие систему ведения бизнеса. Можно сказать, что правы обе стороны, т.к. данные системы созданы для упрощения работы персонала, оптимизации его работы в компаниях, где большая клиентская база, большой оборот ресурсов, существует множество бизнес-процессов.

В маркетинговом понимании использование CRM-систем – это специальный подход к ведению бизнеса, при котором в центр деятельности компании ставится клиент. Стратегия использования CRM предполагает создание в компании таких механизмов взаимодействия с клиентами, при которых их потребности обладают наивысшим приоритетом для предприятия. Подобная ориентированность на клиента затрагивает не только общую стратегию бизнеса компании, но и корпоративную культуру, структуру, бизнес-процессы и операции.

Основная цель внедрения CRM-системы на предприятии – это создание платформы по привлечению новых клиентов, а также развитие и поддержание отношений с действующими клиентами. На самом деле CRM-системой можно считать любой вариант контроля и учета, который поможет улучшить взаимодействие с клиентами.