

УДК 339.138 DOI: 10.14451/1.224.40

Развитие маркетинг-ориентированной инновационной инфраструктуры

© 2023 **Ефремов Андрей Александрович**

доктор экономических наук, доцент, профессор, Российский государственный гуманитарный университет. E-mail: agor80@yandex.ru

© 2023 **Абаев Алан Лазаревич**

доктор экономических наук, доцент, декан, Российский государственный гуманитарный университет.

E-mail: abaeval@rggu.ru

© 2023 **Семенова Валерия Валерьевна**

кандидат экономических наук, доцент, доцент Центра проектной деятельности. Московский политехнический университет, Москва.

E-mail: alisavalera@rambler.ru

© 2023 **Скубрий Евгений Вениаминович**

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры Экономика, менеджмент и организация государственных закупок, Академия гражданской защиты МЧС России имени генерал-лейтенанта Д. И. Михайлика.

E-mail: skubriy@mail.ru

Ключевые слова: инновационная инфраструктура, маркетинг, инновационная деятельность, информационные технологии, цифровая экономика, высшая школа.

Современное развитие базируется на инновациях. В основе инновации лежит знание, поэтому производство знания становится необходимой составляющей социально-экономического развития. Основным источником знания является высшая школа, которая осуществляет образовательную, научно-исследовательскую и инновационно-предпринимательскую деятельность. Последний вид деятельности (инновационно-предпринимательский) является актуальным требованием общества к высшей школе для обеспечения национального социально-экономического развития. Следовательно, для эффективной трансформации высшей школы с целью удовлетворения актуальных потребностей общества и экономики в инновационном развитии необходимо создание и развитие инновационной маркетинг-ориентированной инфраструктуры.

Современная ситуация функционирования экономики российского государства является сложной, отягощенной международными санкциями, которые постоянно усиливаются, накладывая новые ограничения на возможности социально-экономического развития. Это послу-

жило основанием и своеобразным стимулом для обсуждения, разработки и принятия нового стратегического пути развития России, среди ключевых целей которого можно выделить:

- достижение технологического и интеллектуального суверенитета;
- повышение национальной безопасности;
- интенсивное развитие ключевых секторов национальной экономики;
- формирование новых международных связей социально-экономического, политического и культурного сотрудничества;
- повышения качества и уровня жизни населения, сопоставимого с уровнем передовых развитых стран.

Однако достижение этих целей требует от российской экономики определенных усилий, так как помимо ограничений внешнего характера имеются особенности структуры развития национальной экономики, которые также не способствуют ее быстрому прогрессивному развитию: использование традиционных, следовательно, не конкурентоспособных технологий (устаревших) в производстве; недостаточность разработок и использования собственных инновационно-информационных технологий; низкие темпы и объем научно-исследовательской деятельности, от результатов которой зависит инновационное развитие; национальная безопасность, конкурентоспособность и технологический суверенитет.

Развитие инновационных информационных цифровых технологий (информационная революция, цифровая экономика) коренным образом поменяло ключевые подходы к производству товаров и услуг. В приоритете оказались знания, которые составляют основу современного прогрессивного социально-экономического развития и объединяются в такие понятия как «экономика знаний», «инновационное развитие», «цифровые информационные технологии», «научный потенциал», «технологическая революция» и т.д.

Для развития человеческой цивилизации на современном этапе вклад знаний в экономическое

и социальное развитие представляет большую ценность и полезность, чем вклад финансового капитала или человеческих трудозатрат. Знание является ключевым фактором формирования конкурентоспособной национальной экономики, следовательно, и государственной конкурентоспособности и безопасности.

Одним из инструментов формирования востребованного знания является Высшая школа, которая в сложившейся ситуации должна соблюдать возможность выполнения национальных интересов и обеспечивать национальную экономику специалистами, способными «работать со знанием», а именно производить знания, использовать и масштабировать их в целях достижения национальных стратегических приоритетов развития [4].

Переход к экономике знаний, который наблюдается в передовых развитых странах, в том числе и в Российской Федерации, предъявляет новые требования к системе подготовки специалистов Высшей школой как основного источника формирования рынка востребованных высококвалифицированных специалистов в области инновационной информационной и научно-технической деятельности. В силу значительной потери научных кадров за последние несколько лет, перед российской высшей школой стоит не простая задача воспроизводства национального научного потенциала и его развитие с учетом потребностей развития и становления экономики знаний [2].

Выполнение этой задачи требует пересмотра и модернизации (актуализации) не только образовательных и научно-исследовательских программ, но и направлений подготовки и научных исследований в режиме реального времени с возможностью осуществления постоянной модернизации (коррекция, адаптация). Процесс модернизации должен проводиться с учетом динамично появляющегося нового научно-технического знания и возможности использования его в образовательном процессе.

Обеспечение гибких адаптивных условий функ-

ционирования и развития высшей школы, которое бы отвечало потребностям развития национальной инновационной экономики, невозможно без развития инфраструктуры инновационной деятельности в высшей школе и дальнейшего продвижения результатов этой деятельности на рынок с использованием современных маркетинговых практик.

Высшая школа объединяет образовательную и научную деятельность. Осуществляемая высшей школой научная деятельность направлена на поиск новых решений, создание новых продуктов, разработку и модернизацию технологий и технологического процесса. Другими словами, научная деятельность высшей школы направлена на создание инноваций и всего, что с ними связано (разработка инновационной идеи, реализации инновационного проекта, создание инновационного продукта или технологии).

Образовательная деятельность вуза способна обеспечивать науку специалистами необходимого уровня подготовки и качества образования для осуществления инновационной научной деятельности. Но для того, чтобы результаты этой деятельности были эффективными, необходимо наличие инновационной инфраструктуры в рамках востребованной инновационной среды.

Важными входными составляющими элементами инфраструктуры высшей школы при этом являются научно-технический потенциал, человеческие ресурсы и возможности их формирования и развития, а также ресурсы предоставляемые финансовой, информационной и материально-технической составляющей. Однако практика показывает, что необходимым условием является и развитие маркетинг-ориентированной инфраструктуры высшей школы. Маркетинг-ориентированная структура способствует не просто осуществлению научной деятельности как таковой (наука ради науки), результаты которой могут годами «пылиться на полках», ожидая своей очереди. Она способствует осуществлению научной инновационной деятельности, результаты которой востребованы потребностями

национального рынка. Что для российской экономики является стратегически актуальным ресурсом, способствующим решению задач национального развития.

Научно-исследовательскую деятельность, осуществляемую высшей школой, можно рассматривать как инновационный проект. Тогда по окончании проекта продуктовым результатом является инновация, которая может быть представлена в виде товара, технологии, услуги, интеллектуальной собственности (патент, лицензия и т.д.), новые формы организации управления, социальные инновации и т.д. [1; 5].

При создании и функционировании маркетинг-ориентированной инфраструктуры высшей школы продуктовый результат инновационного проекта (научной деятельности) представляет собой востребованный текущим состоянием рынка и экономики продукт. Продуктовый результат научной деятельности можно рассматривать как производство знания, но это не «наука ради науки» как уже отмечалось, это знание представляет собой источник практических актуальных решений общественных проблем и способствующий социально-экономическому развитию. Кроме того, высшая школа как субъект инновационной деятельности получает конкурентные преимущества необходимые для эффективного функционирования и развития, наращивания ресурсного потенциала и повышения уровня научных кадров.

Как показывает анализ развития передовых экономик, стратегическим ключевым конкурентным преимуществом является знание, которое способствует не только созданию и развитию необходимого технологического уровня для экономического роста, но и формированию социального климата в обществе. Кроме того, знания являются основным источником инноваций.

Вот почему развитие производства знания является ключевым условием поддержки инноваций, которая должна осуществляться путем предоставления диспута к глобальным источникам знания с целью адаптации инновационного зна-

ния для использования в «местных условиях». Например, для развития национальной экономики или определённого сектора экономики.

Но важен не только диспут к знаниям, но и возможность эффективного использования знания, для чего необходимо формирование человеческого капитала посредством подготовки высококвалифицированных востребованных специалистов, а также гибкой рабочей силы: высококвалифицированных ученых и специалистов технического направления; учащихся всех уровней школьного образования и т.д. [3]. Увеличение роли экономической составляющей знаний, стратегический акцент на производство знаний, потребность применения теоретических научно-исследовательских разработок в промышленности, трансформация национальных исследовательских систем приводит к значительным изменениям роли высшей школы в процессе необходимого инновационного развития.

Высшая школа как институт, владеющий знаниями и производящий их, способна играть ведущую роль в создании и развитии инновационной деятельности, обеспечивающей экономический рост в рамках функционирования национальных инновационных систем.

В связи с непрерывной потребностью в знаниях становится актуальным и закономерным вопрос трансформации высшей шко-

лы в направлении развития более тесного и многостороннего взаимодействия с бизнес-средой, что также способствует формированию маркетинг-ориентированной инновационной инфраструктуры высшей школы. Маркетинг-ориентированная инфраструктура способствует динамичному развитию, финансовой устойчивости, интеграции результатов научной деятельности в технологии и производстве, востребованные бизнес-средой, развитию наравне с образовательной и научной деятельностью инновационно-предпринимательской деятельности, что способствует конкурентоспособности высшей школы как элемента национальной инновационной системы, и конкурентоспособности ее выпускников.

Для того чтобы высшая школа эффективно выполняла образовательные, научно-исследовательские, информационно-инновационные функции, необходимо, чтобы у высшей школы была возможность эффективно реагировать на изменения потребностей в образовании и профессиональной подготовке рынка труда, незамедлительно адаптироваться в условиях меняющегося ландшафта высшего образования, динамично осваивать гибкие формы организации и собственного функционирования, что не представляется возможным без маркетинг-ориентированной инновационной инфраструктуры.

Библиографический список

1. Секерин В. Д., Кузнецова О. С. Разработка стратегии управления инновационным проектом // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия: Экономика. — 2013. — 1(20). — С. 129–134.
2. Секерин В. Д., Семенова В. В., Горохова А. Е. Влияние кадрового обеспечения на развитие инновационной инфраструктуры // Вестник Московского Государственного Областного университета. Серия: Экономика. — 2023. — № 2. — С. 125–132.
3. Формирование общества, основанного на знаниях. Новые задачи высшей школы: Доклад Всемирного банка : пер. с англ. — М. : Весь Мир, 2003. — 232 с.
4. Golubev S. S., Volkov V. I., Shcherbakov A. G. Manpower support for digital technology implementation processes in industrial enterprises // International Journal of Engineering and Advanced Technology. — 2019. — Vol. 8, no. 3. — P. 414–420.
5. Peculiarities of forecasting competitiveness of innovations for industrial enterprises / V. D. Sekerin [et al.] // International Journal of Economics and Financial Issues. — 2015. — Vol. 5, 3S. — P. 54–60.