

циализацию знаний и идей студенты совместно с преподавателями, а иногда и предпринимателями, получают практический опыт предпринимательской деятельности [2].

Таким образом, к основным характеристикам предпринимательского университета относятся:

- акцент на трансформацию управления;
- гибкость в реакции на изменения во внешней среде;
- диверсификация финансирования;
- концентрация на ключевых академических знаниях и навыках;
- развитие и внедрение интегрированной предпринимательской организационной структуры.

Концепция «Университет 3.0», предложенная Бертоном Р. Кларком в 1998 году, является одной из наиболее известных моделей академического предпринимательства. Именно он впервые использовал термин «Entrepreneurial Universities», что переводится как «предпринимательский университет». Хотя существует множество трактовок этой модели, большинство ученых сходятся во мнении, что в русскоязычной его аналогом является «Университет 3.0», который представляет собой вуз способный привлекать дополнительные финансовые ресурсы для своей деятельности, внедрять инновационные методы обучения и активно сотрудничать с бизнесом, способствуя внедрению разработок своих исследователей.

Концепция «Университет 3.0» предполагает тесное переплетение образовательного процесса, научных исследований и предпринимательства, формируя единый цикл, включающий обучение, создание инноваций, их последующую коммерциализацию. Для успешной реализации модели «Университет 3.0» необходимо существенно изменить подходы к управлению университетами, акцентировать внимание на их гибкость, снизить уровень бюрократии, поддерживать готовность к экспериментам и рискам, модернизировать системы мотивации, внедрять децентрализованное принятие решений, а также укреплять автономность отдельных подразделений, таких как факультеты или кафедры.

В Беларуси модель «Университет 3.0» была представлена в 2017 году на встрече Президента с научным сообществом. Ее цель — повысить качество и эффективность практико-ориентированного образования. В 2019 году четыре университета начали подготовку по новым специальностям и обновили программы для развития инновационных и предпринимательских компетенций. В 2020 году на заседании Министерства образования было подчеркнуто, что внедрение этой модели — один из приоритетов развития высшего образования.

Модель «Университет 3.0» активно внедряется в высших учебных заведениях Беларуси. Белорусский государственный университет (БГУ) развивает сотрудничество с бизнесом и промышленностью, создавая научно-исследовательские лаборатории для разработки инновационных проектов, которые находят применение на рынке. В университете также реализуются инициативы, направленные на поддержку студенческих стартапов и предоставление им необходимых ресурсов для развития.

Заключение. Глобализация и интернационализация образования открывают новые возможности для вузов, но одновременно усиливают конкуренцию, требуя поиска инновационных подходов. Концепция «Университет 3.0» предоставляет образовательным учреждениям шанс преобразовать свои знания и компетенции в доходные технологии и инновации, что соответствует вызовам современной экономики.

Белорусские университеты успешно адаптируют эту модель, развивая сотрудничество с бизнесом, создавая научно-исследовательские лаборатории, стимулируя студенческие стартапы и коммерциализацию научных разработок.

Список цитируемых источников

1. Van Looy, B. Entrepreneurial effectiveness of European universities: An empirical assessment of antecedents and trade-offs / B. Van Looy, P. Landoni, J. Callaert, B. Van Pottelsberghe, E. Sapsalis, K. Debackere // *Research Policy*. — 2011. — № 4. — P. 553—564.
2. Грудзинский, А. О. Трансфер знаний – функция инновационного университета / А. О. Грудзинский, А. Б. Бедный // *Высшее образование в России*. — 2009. — № 9. — С. 66—71.

УДК 330.146

Е. А. Бобровская, С. В. Гордейчик

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь*

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ЕГО РОЛЬ В ОБЩЕСТВЕ

Введение. Человеческий капитал становится ключевым фактором социального прогресса и экономического роста в современном мире. Он включает в себя инвестиции в образование, профессиональную подготовку и здоровье, что способствует не только увеличению личного благосостояния, но и улучшению качества жизни в целом. Культура, ценности и социальные нормы играют важную роль в передаче знаний и навыков, что позволяет обществу адаптироваться и развиваться. В итоге человеческий капитал является основой устойчивого развития, повышая производительность труда и способствуя социальной интеграции.

Основная часть. Согласно определению Всемирного банка, человеческий капитал включает знания, навыки и здоровье, в которые люди вкладывают средства и которые они аккумулируют в течение своей жизни, что позволяет им реализовывать свой потенциал и быть полезными обществу. Инвестиции в улучшение качества питания, медицинской помощи, обеспечение доступа к качественному образованию, обучение профессиональным навыкам и создание высококвалифицированных рабочих мест способствуют развитию человеческого капитала, а это развитие является главным условием для искоренения бедности и построения более сплоченного и справедливого общества [1].

Человеческий капитал — это концепция, которая описывает знания, навыки, опыт и здоровье людей, которые могут быть использованы для создания экономической ценности. Он рассматривается как один из ключевых факторов производства наряду с физическим капиталом и природными ресурсами. Основные структурные компоненты, связанные с человеческим капиталом:

Образование — уровень образования и квалификации работников напрямую влияет на их производительность и способность к инновациям; опыт — накопленный опыт работы в определенной области позволяет работникам более эффективно выполнять свои задачи; навыки — как технические (например, программирование), так и навыки (например, коммуникация и лидерство) важны для успешной работы; здоровье — физическое и психическое здоровье работников влияет на их производительность и способность к обучению [2].

Роль человеческого капитала в современной экономике поистине колоссальна, выступая одним из главных двигателей прогресса и процветания. Его значение выходит далеко за рамки просто наличия рабочей силы; речь идет о совокупности знаний, навыков, опыта, здоровья и мотивации, которыми обладают люди, и которые они эффективно используют в процессе производства товаров и услуги получают за это доход. Можно смело утверждать, что уровень развития человеческого капитала является определяющим фактором экономического благополучия любой страны.

Экономический рост напрямую зависит от качества человеческого капитала. Высокий уровень квалификации, развитые когнитивные способности, способность к инновациям и критическому мышлению — всё это позволяет создавать более сложные, эффективные и конкурентоспособные продукты и услуги. Высококвалифицированные кадры генерируют новые идеи, улучшают существующие процессы, внедряют передовые технологии, способствуя тем самым повышению производительности труда и увеличению объемов производства [1].

Конкурентоспособность компаний на мировом рынке также во многом зависит от человеческого капитала. Предприятия, инвестирующие в обучение и развитие своих сотрудников, получают неоспоримое конкурентное преимущество. Они способны быстрее адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, внедрять новые технологии, более эффективно управлять процессами и удовлетворять растущие потребности клиентов. Более того, высококвалифицированные специалисты, обладающие широким кругозором и навыками решения сложных задач, способны генерировать новые бизнес-идеи, разрабатывать стратегии развития и выводить компанию на новый уровень. В условиях жесткой глобальной конкуренции именно человеческий капитал становится тем решающим фактором, который определяет успех или неудачу предприятия.

Помимо экономического, человеческий капитал играет важнейшую роль в социальном развитии общества. Инвестиции в образование и здравоохранение — это не просто затраты, а стратегические вложения в будущее нации. Доступ к качественному образованию позволяет людям реализовать свой потенциал, получить высокооплачиваемую работу и повысить свой уровень жизни. Хорошее здравоохранение обеспечивает здоровое и продуктивное население, позволяя снизить затраты на лечение и увеличить продолжительность жизни. Всё это в конечном итоге способствует социальной стабильности, снижению уровня бедности и повышению общего благосостояния населения. Грамотное, здоровое и мотивированное общество — это залог устойчивого развития любой страны.

Инвестиции в человеческий капитал — это многогранный процесс, включающий в себя различные направления. Прежде всего, это государственные и частные вложения в систему образования. Это создание современных учебных заведений, разработка инновационных образовательных программ, повышение квалификации преподавательского состава. Важно обеспечить доступ к качественному образованию для всех слоёв населения, независимо от их социального положения и места проживания. Далее, компании инвестируют в человеческий капитал, проводя тренинги, курсы повышения квалификации, организуя корпоративное обучение. Это позволяет адаптировать сотрудников к новым технологиям, повысить их производительность и лояльность к компании. Не следует забывать и о здравоохранении. Здоровые работники — это залог высокой производительности труда. Инвестиции в здравоохранение, обеспечение доступа к медицинскому обслуживанию, профилактика заболеваний — всё это способствует увеличению продуктивности и продолжительности трудовой жизни [3, 4].

Однако, на пути развития человеческого капитала существует ряд серьезных проблем и вызовов. Неравенство доступа к качественному образованию и здравоохранению — одна из главных проблем многих стран. Это приводит к тому, что часть населения остается за бортом прогресса, не имея возможности реализовать свой потенциал. Это не только социальная несправедливость, но и серьезный экономический ущерб, так как страна теряет значительную часть своего человеческого потенциала.

Быстрые темпы технологического развития приводят к быстрому устареванию навыков. Работники вынуждены постоянно учиться и адаптироваться к новым условиям, что требует значительных усилий и инвестиций. Неспособность работников адаптироваться к новым требованиям рынка труда может привести к безработице и социальным проблемам. Наконец, миграция высококвалифицированных специалистов наносит существенный ущерб развивающимся странам, лишая их высококвалифицированных кадров и замедляя экономический рост. Для решения этих проблем необходимо разрабатывать и внедрять эффективные государственные политики, направленные на повышение доступности качественного образования и здравоохранения, постоянное переобучение и повышение квалификации работников, а также создание условий, стимулирующих возвращение высококвалифицированных специалистов на родину. Только комплексный подход к развитию человеческого капитала позволит обеспечить устойчивое экономическое и социальное развитие любой страны [5].

Заключение. Человеческий капитал подчеркивает ключевую роль в развитии как отдельных людей, так и общества в целом. Этот фактор влияет на экономическую продуктивность, социальные отношения и культурное развитие. Инвестиции в образование и здоровье населения способствуют созданию инновационной и адаптивной среды, уменьшая неравенство и повышая социальную мобильность. Эффективное развитие человеческого капитала требует совместных усилий государства, бизнеса и общества. Таким образом, признание его значения и активные действия по его развитию являются основой для экономического процветания и создания гармоничного общества, способного обеспечить высокое качество жизни для всех.

Список цитируемых источников

1. Человеческий капитал. — URL: <https://econs.online.ru>. (дата обращения: 05.05.2025).
2. Составляющие человеческого капитала. — URL: <https://blog.bitobe.ru>. (дата обращения: 05.05.2025).
3. Инвестиции в человеческий капитал на разных стадиях жизненного цикла. — URL: <https://1economic.ru/lib/5016>. (дата обращения: 05.05.2025).
4. Виды инвестиций в человеческий капитал и их эффективности. — URL: <https://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn07/08.shtml>. (дата обращения: 05.05.2025).
5. Последствия «утечки мозгов». — URL: <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 05.05.2025).

УДК 659.1

Е. С. Валуев, Д. Е. Дедович, В. Э. Пискун
*Государственное учреждение образования «Средняя школа № 10 г. Барановичи»,
Барановичи, Республика Беларусь*

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГУО «СРЕДНЯЯ ШКОЛА № 10 Г. БАРАНОВИЧИ»)

Введение. Одним из важных направлений развития отдельно взятых организаций, а также регионов и государства в целом является маркетинг — деятельность по продвижению товаров и услуг. Одна из составляющих маркетинговой деятельности — социальный маркетинг, представляющий собой маркетинговые усилия, концентрирующиеся на разработке, реализации и контроле социальных программ, направленных на повышение уровня восприятия целевой аудитории транслируемых ей социальных идей, движений или практических социальных действий, новаций, социальных учреждений, то есть компаний социального сектора экономики, здравоохранения и образования. Как правило, социальный маркетинг используется государственными и общественными организациями [1].

Элементом, на котором строится маркетинговая деятельность, является реклама — информация, специально распространяемая, которая может существовать в различных формах и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [2, с. 5]. Термин «реклама» у многих ассоциируется исключительно с коммерцией. Однако уже в древности в борьбе за власть проявлялась политическая реклама, и только в эпоху Средневековья с ростом развития городов и цеховой организации экономики получила развитие коммерческая реклама. В настоящее время существует множество видов рекламы, одним из которых является реклама социальная.

Основная часть. Социальная реклама — это особый вид распространяемой некоммерческой информации, направленной на достижение государством, органами исполнительной власти, а также обществом определенных социальных целей. Основным источником появления социальной рекламы является современная общественная жизнь, которая изобилует конфликтными ситуациями и противостоянием на уровне социальных групп и поэтому остро нуждается в созидательных стимулах и процессах [3, с. 169].